دكتورة شاهيناز طلعت

وسائل الإعلام

والتنمية الاجتماعية



مكتبة الأنجلو المصرية

وسائل الاعلام

والتنمية الاجتماعية

وسائل الاعلام
والتنمية الاجتماعية

دراسات نظرية مقارنه وميدانية
فى المجتمع الريفى

دكتورة
شاهيناز محمد طلعت
كلية الاعلام - جامعة القاهرة

الناشر
مكتبة الانجلو المصرية
١٦٥ شارع محمد فريد - القاهرة

أسم الكتـــاب: **وسائل الاعلام والتنمية الاجتماعية**
أسم المؤلف: د/ شاهيناز محمد طلعت
أسم الناشر: مكتبة الانجلو المصرية
أسم الطـــابع: مطبعة محمد عبد الكريم حسان
سنة الطبع: 2003
رقـم الايـداع: 2941
الترقيم الدولي: I-S-B-N 977-05-1342:3

بسم الله الرحمن الرحيم

« لا يكلف الله نفساً إلا وسعها لها ما كسبت وعليها ما اكتسبت ربنا لا تؤاخذنا إن نسينا أو أخطأنا ربنا ولا تحمل علينا إصراً كما حملته على الذين من قبلنا ربنا ولا تحملنا ما لا طاقة لنا به واعف عنا واغفر لنا وارحمنا أنت مولانا فانصرنا على القوم الكافرين ».

صدق الله العظيم



إهداء

الى اسرتى التى غمرتنى بعطفها وحنانها

امى واولادى وزوجى

الى عائلتى التى شملتنى بأمنها وخيراتها

التى أنعم عليها بها الله عز وجل

مصر

الى كل من يطلب ويسعى الى المعرفة

اهدى هذه الطبعة الجديدة عسى أن يجعل الله فيها

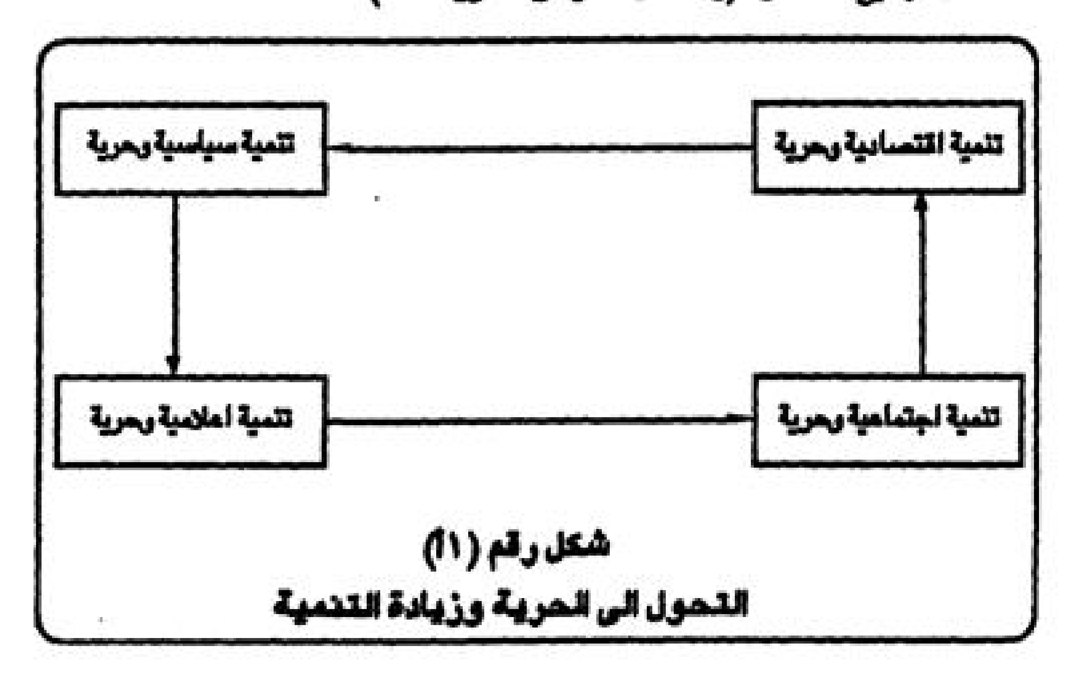
فائدة للعلم ومنفعة للدارس فيه.

مقدمة

الطبعة الثالثة

شهدت السنوات الاخيرة تطورات بل قفزات عالمية ، اقتصادية وسياسية واعلامية واجتماعية خطيرة غير متوقعة أو مسبوقة ، فالمنشآت على اختلاف أنواعها واحجامها وأهدافها ، بل والدول ، اصبحت تتصارع لكى تحصل على نصيب معقول من حجم التجارة الدولية والمحلية (بيع محلى وخارجى ...) ولكى تظل فى المنافسة ما امكن فى السوق الاقتصادية الدولية وتحقق اقصى معدلات ارباح ممكنة . ولقد تحولت اهداف النظم الاقتصادية ، فى الدول التى كان اقتصادها موجه ومقيد لحركة التجارة والانتاج ، وغيره ، الى اقتصاد حر يبغى النمو دون سيطرة (دعه يعمل دعه يمر) وقد واكب ذلك ان النظم السياسية تحولت هى الاخرى إلى نظم حرة وتحطمت القيود وتفتت الاغلال وظهرت فى أواخر الثمانينات دول صغيرة كانت فى زمن مضى جزء من دول كبرى وعظمى مسيطرة طاغية ، تدير شئونها بنفسها متبعة اقصى درجات الحرية السياسية والديمقراطية . وامتداد لهذا التدفق الهائل للحرية والتحول اليها ، من الانغلاق والقيد ، كان للإعلام ايضاً نصيب منه فظهر النظام الاعلامى الجديد اساسه ايضاً الحرية فى تداول ونقل رسائل الاتصال على اختلاف مصادرها ووسائلها من الغرب الى الشرق و من الشمال الى الجنوب . اضف الى هذا ان اشكال المجتمعات وطبقاته قد تغيرت هى الاخرى فازدادت رفاهيتها فى بعض الدول (أو تقلصت فى البعض الاخر) وازدادت احتياجات مواطنيها ومتطلباتهم مما دفع مرة اخرى الى الاتجاه نحو الاقتصاد لكى يمول ويساعد على

تلبية تلك الحاجات المتنوعة بزيادة استغلال الثروات المتاحة وزيادة معدل الناتج والدخل القومى واستخدام كافة الاساليب العلمية فى اداء وادارة الاعمال سواء فى اختيار العامل والمدير الكفء أو فى استخدام احسن المواد اللازمة للانتاج واحسن استغلال لجميع عناصره (رأسمال – ارض – ثروات ...) .



شكل رقم (١أ)
التحول الى الحرية وزيادة التنمية

ويحتاج الناتج الزراعي مثله مثل أى ناتج أخر ، أو خدمة ، الى تنمية وتحسين باستغلال العناصر الانتاجية المتاحة ، وتوفير مايحتاجة لترتفع انتاجية الفدان وتصل الى المعدلات المعيارية العالمية . ولا تتم تلك التنمية لمعدل الانتاجية فحسب بل لابد ان يجرى معه تنمية الجودة وتحسينها للمستويات العالمية ، وتعد الجودة مفتاحا رئيسيا من مفاتيح سوق السلع (اضافة الي السعر وحاجة السوق وقوة وجودة السلع المنافسة ..).

وكلما زادت درجة جودة السلع الزراعية المنافسة كلما زاد العبء على رجال الزراعة (والصناعة) المنافسين لانتاج السلع المطلوبة بالجودة والكميات الممكن بيعها لتحقيق اقصى ارباح . ولتحقيق هذا الهدف فإن المسئولين على ادارة وتنفيذ

هذا الانتاج يجب ان ان يعملوا ويستخدموا المعايير المتعارف عليها وفى هذا فهم يصنفون السلع الى تلك السلع التي تحقق من بيعها اقصى ارباح ممكنه وتلك التى تحقق اقل وهكذا ثم يقصرون انتاجهم على الفئة الأولي فيتخصصون فيها بدرجة اكبر . فالتحول اذن من قيد ومن حرية قليلة الى كاملة ومن انتاج متنوع الي متخصص ، حتي ان الدول ذاتها اتبعت ذلك المنهج فتخلت عن الانشطة التي تمارسها ولاتحقق لها اعلى المنافع وباعت ملكيتها للقطاع الخاص ليتولى هو ذلك بما سمى بالخصخصة Privatization .

وترتيبا على ذلك اذا تبين ان انتاج المحصول الزراعى رقم ٢ فى جدول أولويات الانتاج أن بيعه بالكامل يحقق اقصى ارباح ممكنة وبدرجة اكبر من بيع المحصول رقم ٢ فى جدول أولويات الانتاج اصبح من اللازم زيادة رقعة الارض الزراعية المزروعة محصول رقم ٢ بالتوسع الرأسى ولامانع من زيادة افقية ايضاً بخلق مساحات أخرى جديدة وصالحة تماما لزراعته ، كل هذا طالما ان هذه البيانات عن كافة تلك المحاصيل ومعدلات انتاجها وبيعها . كانت دقيقة وسليمة والا كان القرار المشار اليه خاطئ.

وبالمثل بالنسبة للانتاج الصناعى والبترولى وانتاج المناجم (وغيرها) وكلما امكن تحقيق هذا الهدف انتاج أجود السلع وبيعها وتحقيق منها اقصى ارباح ممكنة أى اصبح الانتاج مباع حالاً (خاصة عالميا) مع وجود مايفى بمتطلبات المواطنين حاليا (ومستقبلا) كلما انعكس ذلك على زيادة الدخل القومى والفردى وارتفاع مستويات الرفاهية ، شرط ان تستمر العجلة فى الدوران بهذا المعيار دون معوقات : كنقص الاموال وانخفاض درجة اداء وكفاءة العمال وانخفاض درجة جودة السلعة أو نقص الطلب عليها عالميا واستمرار زيادة وتضخم اعداد السكان مع سوء ترتيب أولويات استهلاكهم بمايشكل عبئا على النمو الاقتصادى والاجتماعى بل والاعلامى،

وهو مايجب على مستوى التخطيط القومي والتخطيط الزراعي مجابهته سواء بالنسبة للزيادة والتضخم في اعداد السكان أوبالنسبة لاحتياجاتهم الحقيقية ونمط استهلاكهم خاصة وانه وكما جاء في برنامج عمل المؤتمر الدولي للسكان والتنمية الذي انعقد في مصر في الفترة من ٥ - ١٣ سبتمبر ١٩٩٤ فإن معدل الزيادة السكانية في العالم وكذا نمط استهلاك السكان في العالم يشكلان عبئا كبير علي الدول ، فقد ارتفع مؤخراً معدل الزيادة السكانية كثيرا . في خلال ١٢٣ سنة زاد السكان بليون نسمة في حين زاد هذا المعدل في العقدين الاخيرين الي حوالي ٩٠٪ اذ قصرت المدة التي يزيد فيها سكان العالم بليون نسمة الي ١٢ سنة فقط . والمنتظر حتى عام ١٩٩٨ ان تنخفض تلك المدة (أى يزيد معدل الزيادة السنوية للسكان) إلى ١١ عام . والمشكلة السكانية الثانية انه بالرغم من زيادة معدل استخدام وسائل منع الحمل في الدول النامية الا انه مازال منخفضا عن المعدلات في دول امريكا الشمالية (واوربا الغربية) اذ يبلغ على التالى ١٥٪ ، ٦٥ - ٨٠٪ والمشكلة الثالثة أنه من المتوقع أن يشهد العقدين القادمين مزيدا من هجرة سكان الريف الى الحضر في دول العالم ليصبح ٦٥٪ سكان حضر ، ٣٥٪ سكان ريف (بدلا من الوضع الحالى في عام ١٩٩٤ وهو ٤٥ ، ٥٥٪ على التوالى) والمشكلة الرابعة ان بعض البلدان النامية تحدث فيها تحولات ديمغرافية سريعة جدا اذ يرتفع فيها معدل الخصوبة ارتفاعا شديدا فتحتاج إلى زيادة في الموارد رغم ان مواردها محدودة وغير كافية ، وبسبب هذه المشكلات وغيرها فإن برنامج العمل المشار اليه ، يلزم المجتمع الدو لى بتحقيق اهدافا كمية في مجالات سكانية ثلاثة حيوية بغرض تحقيق التنمية وهى التعليم خاصة للإناث ، وخفض معدل وفيات الرضع والاطفال والامهات ، وتوفير الفرصة للجميع للحصول على خدمات تنظيم الاسرة والصحة التناسلية ، ولهذا فإن هذا

---

(١) الأمم المتحدة - برنامج عمل المؤتمر الدولى للسكان والتنمية القاهرة ٥ - ١٣ سبتمبر ١٩٩٤.

البرنامج وضع ، ضمن مبادئه الخمسة عشرة ، المبدأ الرابع وفيه « ان الاهداف والسياسات السكانية جزء لا يتجزأ من التنمية الاجتماعية والاقتصادية والثقافية التى يتمثل هدفها فى تحسين مستويات العيش ونوعية الحياة لجميع الافراد ... بما يمتثل للمعايير الدولية لحقوق الانسان » والمبدأ الخامس «من اجل تحقيق التنمية المستدامة والإرتقاء بنوعية الحياة لجميع الشعوب ينبغى الحد من انماط الانتاج والاستهلاك غير المستدامة» والمبدأ السادس «تتعاون جميع الدول والشعوب فى المهمة الاساسية المتمثلة فى استئصال شأفة الفقر كشرط لا غنى عنه للتنمية المستدامة» والمبدأ الثامن « ان برنامج رعاية الصحة الجنسية والتناسلية بما فى ذلك خدمات تنظيم الاسرة يجب أن توفر أوسع نطاق ممكن لحرية الاختيار » والمبدأ التاسع «تأكيد ان الحق فى التنمية حق عالمى وغير قابل للتصرف وبشكل جزءا لا يتجزأ من حقوق الانسان الاساسية وان الانسان هو الموضوع الرئيسى للتنمية» والمبدأ العاشر «الاسرة هى الوحدة الاساسية فى المجتمع ويحق لها بصفتها تلك ان تحظى بالحماية والدعم الشاملين » والمبدأ الثالث عشر « ينبغى للدول ، عند النظر فى الاحتياجات السكانية والانمائية للسكان الاصليين ان تعترف بهويتهم وثقافتهم ومصالحهم وتؤيدها وان تمكنهم من المشاركة الكاملة فى الحياة الاجتماعية والسياسية للبلد» والمبدأ الرابع عشر « يجب ان تكون التنمية الاقتصادية سليمة ومستدامة بيئيا ... وينبغى للبلدان الصناعية ان تواصل جهودها الرامية الى تعزيز النمو المطرد .. ولاسيما للبلدان النامية» .

وتحقيق التنمية سيظل دائما هدف الدول جميعا وهى تتخذ كافة السبل العلمية فى اعداد سياساتها وبرامجها وخططها لاستمرار زيادة معدلاتها .. ولعل هناك اتفاق تام بين المتخصصين على ان عصب التنمية الزراعية (والصناعية) ،

---

(١) الامم المتحدة . سبتمبر ١٩٩٤. المرجع السابق ، ص ٩ .

اضافة الى الانسان ، هو السلعة (كمنتج تام أو كخامة قبل مراحل التشغيل أو التنمية عليها ثم كمنتج يجب ان يباع بعد اخذ الاحتياطى اللازم منه للتخزين).

ولتحسين درجة جودة السلع الزراعية وزيادة معدلات انتاجها المباع فإن الامر يقتضى اجراء دراسات مستمرة ومستفيضة على نوعيات البذور ودرجة جودتها وتحسين التربة ومجابهة ظروف الطقس والتقلبات الجوية وزيادة ناتج الارض ورفع معدل استخدم وسائل الاعلام لنشر المعلومات والافكار المستحدثة وايضاً استخدامها مع الاتصال المباشر لزيادة معدلات اقناع وتبنى المزراعين هذه الافكار.

وبالرغم من ان للبحث فى المشكلات الزراعية ، وتنمية الناتج الزراعى بصفة عامة ، اهمية كبيرة فإنه لم يحظ بعد بالاهتمام الكافى من المسئولين عن معالجة تلك المشكلات وتنمية الناتج الزراعى وايضاً من المتخصصين فى الدول النامية (والاقل نموا) . ذلك ان المفكرين والمتخصصين فى هذا المجال وايضاً القائمين على تنفيذ المشروعات الزراعية مازالوا يختلفون على درجة اهمية تلك البحوث واهدافها ونطاقها وتوقيت اجرائها ومناهجها والعوامل التى تتحكم فى كل ذلك ، فمنهم من يرى ان تكلفة اجراء البحث (ثم تكلفة تنفيذ نتائجه) تعتبر هى العامل المتحكم فى القيام بالبحث من عدمه وذلك بغض النظر عن الفوائد التى تجنيها الجهة التى يجرى البحث من اجلها ، فكلما زادات تكلفة البحث كلما قلت احتمالات اجرائه . وقد ترتبت على ذلك وعلى ارتفاع تكاليف اجراء البحوث (والعمل بنتائجها) ان اصبح عدد البحوث التى يتم اجرائها فى بعض الدول النامية محدود للغاية ويقل كثيرا عما يجب اجرائه فيها بالاشاز الى المشكلات والحاجات القائمة فى تلك الدول . ويرى أخرون ان تتم دراسة هذين المتغيرين (التكلفة وعائد البحوث) بشكل اكثر موضوعية وعدالة فالفائدة من تنفيذ نتائج بعض البحوث – طالما كانت تلك النتائج فعالة – حاليا أو

مستقبلا قد تفوق ، ان تم حسابها بدقة ، تكاليف اجراء ، وتنفيذ نتائج تلك البحوث، وليست الفوائد مادية فحسب بل قد تكون ايضا اجتماعية ، أو بصفة عامة قومية .

وفى رأيى ان البحث طالما كان ضروريا وسيعالج مشكلة أو مشكلات جوهرية خاصة ان كانت قومية مستعصية فإن تكلفته قد تأتى فى مرتبة تالية بعد فوائده ، ومن الصعب استبعاد البحث وعدم القيام به رغم ان المتوقع انه سيعالج مشكلات حيوية كالمشكلات التى تواجه التنمية الزراعية . ومن الاساليب التى يجب اتباعها فى هذا الصدد أن يدرس مشروع البحث جيدا ويتم تخفيض تأثير التكلفة .

ويرى روجرز (١) ان تحقيق اهداف البرامج ، باعتباره فائده من الفوائد التى تتحقق من تنفيذ نتائج البحوث ، يعد اهم بكثير من تكلفة القيام بتلك البحوث .

ومن المعروف ان معظم الدول الصناعية ، والمتقدمة بصفة عامة ، ترصد بلايين الدولارات فى ميزانياتها سنويا لاعمال البحوث فى المجالات الصحية والطبية والريفية ، والفضاء ، وغيرها ، التى تستمر لسنوات دون ان تصل الى نتائج فعالة وتحقق الاهداف المرجوه فيظل العمل مستمرا ، ويصر الباحثون على المزيد من الاموال لاستمرار اعمالهم . والجدير بالاشارة ان الرأى العام الأمريكى ثار فى الثمانينات عندما اصيب احد نجوم السينما بمرض «الايدز» ووجه المفكرون والكتاب وغيرهم ، على صفحات الصحف والمجلات وفى وسائل الاعلام الالكترونية وغيرها ، نقدا شديدا للحكومة لعدم توفيرها الاموال االلازمة ، اضافة لما وفرته فعلا ولم يات بنتيجة ، لاكتشاف الدواء لعلاج ذلك الداء . وكان رأى الغالبية زيادة الدعم لهذا النوع من البحوث والمماثل له .

(1) Everett Rogers : **Communication Strategies For Family Planning** New York, The Free Press, 1973 p. 367

والقيام بالبحث من اجل رفع معدلات التنمية الريفية ، خاصة فى الدول النامية امر ضرورى ولابد منه باستمرار . وكلما توصل البحث الى علاج أو اقترب من علاج ، للمشكلة بدأ من جديد اما لتنمية وسائل العلاج هذه أو للبدء فى دراسة مشكلة أخرى وايجاد الحلول لها (حسب الاحوال).

ويمر البحث عن التنمية الريفية عادة في عدة مراحل :

* مشكلة أو موضوع أو حاجة زراعية تطلب الجهة المختصة أو الباحث علاجها أو تلبيتها .
* اعداد الخبراء والمتخصصين مشروع البحث (واضح به الاهداف والفوائد المرجوه).
* موافقة الجهة الممولة على اجرائه .
* وضع الخبراء خطة البحث موضوع التنفيذ (على مراحل) .
* البدء فى تنفيذ المراحل الأولية مع متابعة الخبراء للتنفيذ وضبطه .
* اتمام جميع المراحل بمراجعة الخبراء والمتخصصين .
* تحقيق نتائج مفيده – هدف أولى .
* بدء تنفيذ تلك النتائج – هدف نهائى .

وقد تكون الفوائد المتوقع جنيها فوائد عامة (قومية) أو فوائد خاصة (بالجهة التى تتولى البحث فحسب) أو تكون الفوائد قومية وخاصة معاً .

ولأن البحث يجب ان يكون عملية مستمرة (لمتابعة مايتم ولتحسين النتائج أو تطويرها أو علاج مشكلات جديدة ..) ولأن التكلفة مازالت ، وستظل عقبة كؤد فى سبيل القيام بالبحث ، فانه ينبغى على الباحثين والخبراء جدولة المشكلات والحاجات بحيث تتضمن القائمة المشكلة أو الحاجة الاهم والاكثر حيوية فالاقل . اذن فمسألة الاستمرارية فى القيام بالبحوث لاتعنى بالضرورة ان بعض الحاجات التى اجريت البحوث من اجلها قد تمت تلبيتها . وقد تكون تلك التلبية بالكامل احيانا ولكن مازالت هناك امور معلقة كما قد تكون التلبية جزئية . ورغم ان الحاجة قد تمت تلبيتها فالبحث سيظل مستمرا ، فيكتشف العلماء الدواء لعلاج الداء ، لكن :

١- قد يرى العلماء ان العلاج لن يكون ١٠٠٪ بل اقل فيستمر البحث لكى نصل الى ١٠٠٪ .

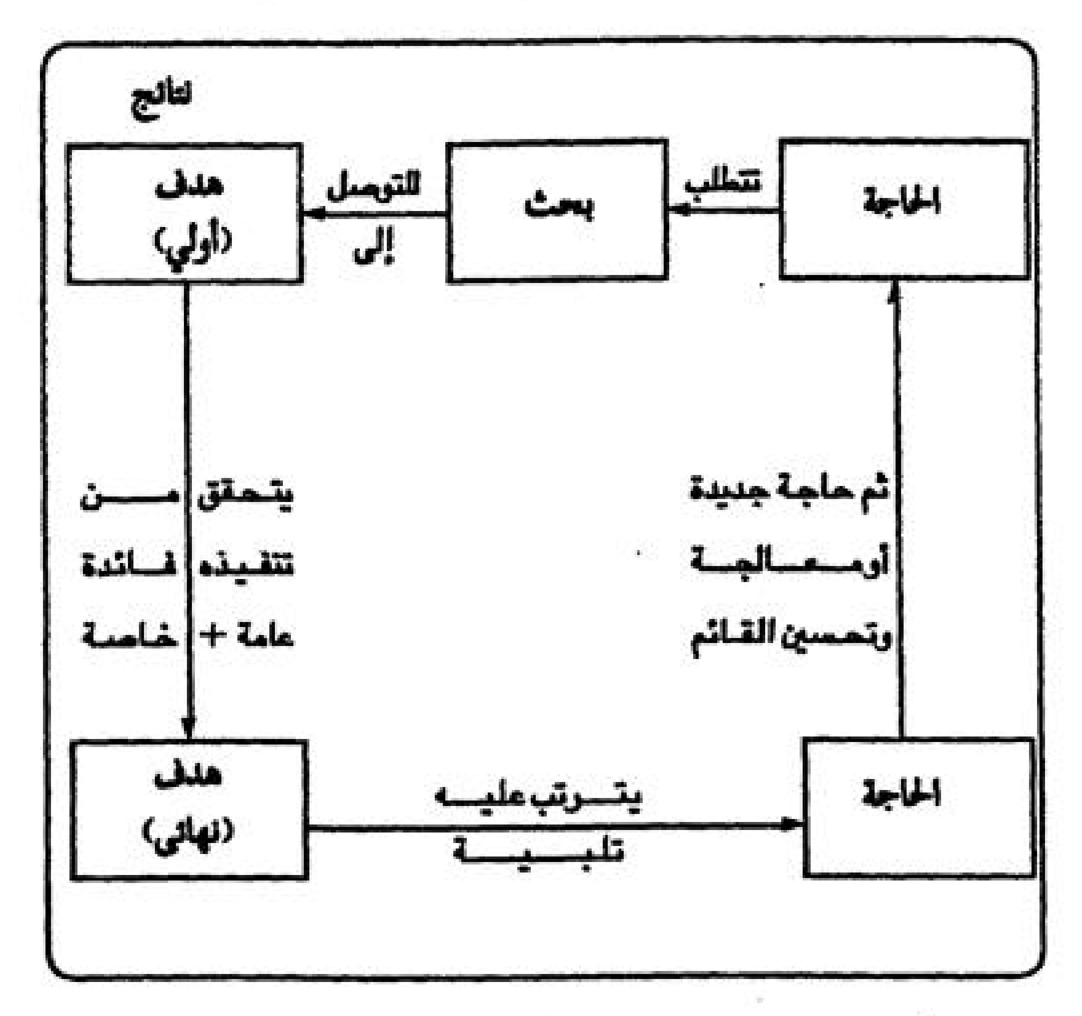
٢- أو قد لاتكون نسبة الـ ١٠٠٪ معروفة الا عند التنفيذ وبدء العلاج ، فيستمر البحث .

٣- أو قد تكتشف بعد سنوات ان الدواء يسبب اعراضا جانبية سيئة ، فيستمر البحث .

٤- أو قد يكتشف مصادفة أن دواء آخر يعالج ذلك الداء فيستمر البحث ... وهكذا .

وبالمثل البحث لرفع معدلات التنمية الريفية : علاج مشكلات التربة / نوعية البذور / زيادة الناتج الزراعى باستخدام الميكنة الحديثة / مقابلة عوامل التعرية والطقس . استخدام نظام الصوبات / أو الرى بالتقطير أو بالغمر ....

شكل رقم (١ – ب)
البحث عن التنمية الريفية عملية مستمرة



اذاً فالحاجة مستمرة . وقد يكون أهم الحاجات الزراعية هو القضاء على معوقات التنمية الزراعية ، والحاجة الخاصة تختلف درجة اهميتها بين شخص واخر فى حين ان الحاجة القومية تهم عادة جميع المواطنين .

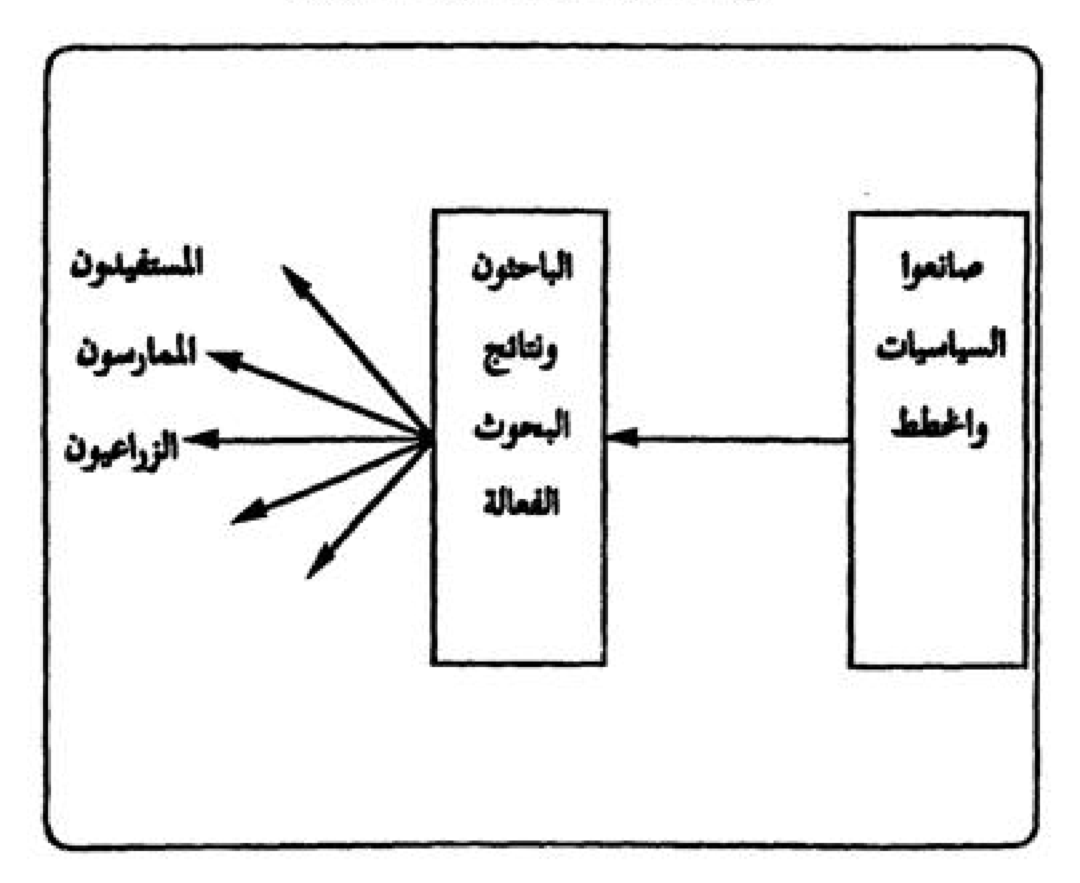
ومن اختلاف أهمية وفوائد البحوث يقول « راين واتر »[١] ان علماء الاجتماع حينما يحاولون استخدام البحث على موضوعات أو مجالات هامة وضرورية فانه يجب

(1) Lee Rainwater : Family Design : Marital Sexuality , Family Size , and Family Planning . Chicago , Aldine , 1965 , pp. 18 - 19 .

ان يكون معلومالهم ، ان من شأن تلك البحوث ان تعود بالفائدة (عند العمل بنتائجها المؤكد فائدتها) على هذه العلوم الاجتماعية .

ويمكن القول وببساطة ان بحوث الاتصال من اجل زيادة معدلات التنمية الريفية (والعمل بنتائج تلك البحوث طالما كانت مفيدة) وهى مرحلة هامة من مراحل عمليات الاتصال للتنمية وهى تقع فى المرحلة بين مرحلة صنع سياسات وخطط التنمية وبين مرحلة الاستفادة (مرحلة الممارسة : من مزراعين وغيرهم)

شكل رقم (٢)
عملية البحث لزيادة معدلات التنمية الريفية
وصانعوا السياسيات وللمستفيدين



ويتفق « سمرلاند» معنا اذ يقول ان بحوث الاتصال هي الحلقة بين جمهور المتعرضين لوسائل الاعلام وبين المسئولين عن برامج الاعلام (1).

ونظراً لأهمية البحوث وحاجتنا القومية المستمرة الماسة اليها ، بالمفهوم السابق ، فقد افردنا لها فصلا جديدا بهذه الطبعة ، كما اضفنا ايضاً موضوعات اخرى جديدة مثل قيادة الرأى فى الريف المصرى ، والتأثير فى نظريات الاعلام ، ودور الاتصال فى المشكلة السكانية ، والاتصال المحظور ونأمل ان تكون فى تلك الطبعة اضافة جديدة للعلم والدارسين .

المؤلفة

---

(1) Lloyd Sommerland " Journalism Trainig for a Modrn World " in UNESCO , **Professional Training for Mass Communication** ; Reports and Papers on Mass Communication No. 45 , Paris, 1965 pp. 9 - 10.

مقدمة

الطبعة الثانية

تبين الطبعة الأولى لهذا الكتاب الاهمية الكبيرة التى توليها كل دولة من دول العالم ، اليوم للتنمية وعلى الاخص للتنمية الريفية والتنمية الاجتماعية وهو الامر الذى لاخلاف عليه ، ولكى تتم تنمية الريف يجب ان تؤخذ - الى جانب الدراسات على الفلاح وعلى القوة البشرية بصفة عامة فى الريف - بعض المتغيرات الهامة بعين الاعتبار ، مثل المصدر الرئيسى للناتج الزراعى الذى هو اساسا مجال عمل الفلاح، اى الارض الزراعية . ومن المتفق عليه ، ان كل دولة فى العالم المتقدمة بصفة خاصة، لاتدخر وسعا لاجراء دراسات مستمرة على اراضيها الزراعية ذلك المصدر الحيوى الضرورى والذى يمثل احد عوامل الانتاج الزراعى التى لا غنى عنها .

ورغم ان الارض الزراعية ذاتها تخرج عن نطاق الدراسة بهذا الكتاب الا انه لاهميتها القصوى ، ووفقا لما سيتضح حالا ، كان من اللازم الاشارة اليها والى نتاجها فى هذه الطبعة بشكل عابر ودون اطالة.

والاهتمام بالزراعة وتنميتها لم يكن وليد حاجة حالية تتطلب زيادة الناتج الزراعى فحسب ، بل انه امر اقتضته . وتقتضيه ، الطبيعة البشرية التي فطر الله الانسان عليها. كما تقتضيه ايضاً طبيعة سائر المخلوقات التي تشارك الانسان الحياة على الارض . فلا حياة بدون غذا (وقد يفهم ان مشاركة هذه المخلوقات للانسان فى الحياة تعنى انها جاءت لتزاحمه العيش فى حين قد يكون العكس هو الصحيح اى ان الانسان هو الذى جاء بعدها ليزاحمها فيه ، ذلك أن التفكير الملى فى بدء الخلق ينبئ ان الله يخلق سبل العيش ووسائله أولا ثم يخلق بعد ذلك من يتعيش علي تلك السبل فلأن الحيوان لابد له ، حتى يعيش ، من النبات ومن الحيوان

ايضاً كغذاء فالذى يفهم ان النبات جاء الى الكون قبله أو فى وقت معاصر تقريباً ، ولأن الانسان يتغذى على النبات وعلى الحيوان وله منافع فيهما فقد خلقهما الله له اولا . ولو حدث العكس ما عاش الانسان أو الحيوان قبله والله أعلم).

ومن الطبيعى إذن أن يسعى الانسان فى كل زمان ومكان إلى المحافظة على غذائه، وإلى توفيره وتأمينه بالقدر الكافى، وفى الوقت المناسب. وليس المقصود بهذا السعى أن يتم من أجل توفير ثمن أو قيمة الغذاء فحسب وإنما يجب أن يكون ذلك السعى أيضاً من أجل المحافظة على المصدر الاصلى للغذاء، وهو الارض الزراعية وان تكون تلك المحافظة بشكل دائم ومستمر. ولذلك فإن الانسان، كفرد، والدولة، ككيان سيادى ومعنوى مستقل، يسعيان دائما لتحسين الزراعة وتنمية ناتج الارض الزراعية (نعمة مَنّ نعم الله.. وإن تعدو نعمه الله لا تحصوها). وهذا الامر يدخل كمطلب أساسى يجب تحقيقه، ضمن الهدف المستمر وهو «زيادة التنمية الريفية دائماً».

إذن فالعلاقات التبادلية بين الانسان والنبات هى عملية مستمرة وأبدية طالما يريد الله لها ذلك – بدأت منذ أول الحياة بالنبات والغذاء، وتستمر، بارادة الله، فى دورة متصلة كلها نفع للانسان أولا ثم غيره من المخلوقات (والكثير منها مسخرا لنفعه).

أى أن ....

ناتج الارض الزراعية الصالحة = حياة المخلوقات

(بمشيئة الله)

والتخطيط العلمى السلم هو السبيل الرئيسى للمحافظة على هذه النعم [1].

---

(١) يتأمل الإنسان كيف أن الله سبحانه وتعالى قد وهب أصغر دابة على الأرض وهى «النملة» نعمة التخطيط ! وكيف أنها تختزن لنفسها ولجماعتها ما تقتات به كل فترة من الزمن!

ولابد للانسان إذن الا يدخر جهدا فى سبيل ذلك وفى سبيل توفير عوامل الانتاج الزراعى الاساسية وعلى الاخص رؤوس الاموال الكافية لجلب وتشغيل القوة البشرية الخبيرة والمدربة والماهرة، وكذلك التكنولوجيا الحديثة (لزيادة الانتاج ومقاومة الآفات) والمواد، إلى جانب توفير المورد الطبيعى الحيوى وهو مياة الرى بالكميات اللازمة وفى الأوقات المناسبة. وليس المطلوب هو مجرد الحصول على هذه العوامل الأساسية بالقدر الملائم وفى الوقت المناسب فحسب بل لابد، قدر الاماكن، من ضمان وتأمين الحصول عليها، أى لابد من الاستمرارية فى الحصول عليها، ولن يتأتى ذلك إلا باتباع الأسلوب العلمى فى التنمية الريفية والاجتماعية تخطيطاً وتنفيذا ومتابعة .
أما ترك الأسلوب العلمى وعدم اتباعه فإن ذلك من شأنه أن يؤدى إلى عواقب وخيمة واضرار بالغة، والأمثلة فى هذا الصدد كثيرة ومن أهمها ما عاصرته شعوب العالم، وشعر بها بعضها فى عامى ١٩٨٥، ١٩٨٦، مما اطلق عليه المجاعة القاتلة التى اكتسحت بعض الدول الأفريقية، وما زالت، والتى راح ضحيتها عدة ملايين من البشر اكثرهم من الأطفال الابرياء، نتيجة للجفاف الذى حل بهذه الدول وجعل من اراضيها الزراعية صحراء يابسة جرداء بلا حياة ولا ماء. هذا فى الوقت الذى تتمتع فيه بعض تلك الدول التى حلت بها هذه الكوارث بمصارد طبيعية للمياه (أنهار وأبار) كاثيوبيا والسودان، بما يقطع بأن المجاعة التى اصابتها والكوارث التى حلت بها لم تكن وليدة اخطاء الساعة وانما هى وليدة اخطاء تراكمت من سنوات طويلة قد ينحصر معظمها فى ضعف، أو فى الافتقار إلى، التخطيط السليم والتنفيذ والمتابعة، وفى عدم التركيز على جلب رؤوس الاموال إليها، وفى عدم معاونة الدول الغنية لهذه الفقيرة من أجل توفير الوسائل الكفيلة باستمرارية رى الأرض وتنميتها حتى ان خفت الامطار أو انعدمت لا يحل بها الجفاف المميت هذا ولا تصبح الأرض الصالحة جرداء ولا يجىء – كخطوة سببية – الموت لها.

ونحن فى مصر نسجد فى كل لحظة، لله شكراً وحمدا على رحمته الواسعة بنا، إذ حمانا شر هذه المجاعة القاتلة وعواقبها المدمرة فلم يجعل هذا الجفاف المميت يتعدى حدود السودان الشقيق الينا. وفى ذلك فقد اشاد بعض خبرائنا بفضل السد العالى ومخزونه من الماء.

ولان الماء هو حياة الارض كما هو حياة كل المخلوقات (وجعلنا من الماء كل شيء حي...) فالامر يقتضي احاطته دائما بالدراسات العلمية بما يضمن المحافظة عليه قدر الامكان وتأمينه قدر الاستطاعة وهو ما يساعد مباشرة على تحقيق التنمية الزراعية ثم التنمية الريفية (والاجتماعية).

وقد بينت الطبعة الأولى، لهذا الكتاب. استنادا إلى الاحصاءات التى اتيحت فى منتصف السبعينات، أن القطاع الزراعى ساهم فى الناتج القومى لمصر، فى عام ١٩٧٦ بما قيمته حوالى الخُمس، فى حين ساهم القطاع الصناعى بحوالى الثلث. ولان هناك عدة قطاعات تشترك فى تحقيق الباقى من الناتج القومى، فيمكن القول بأن معدل مساهمة القطاع الزراعى (وحده) المشار إليه معدل لا بأس به، وقد يدل على أن الموارد الطبيعية والامكانيات المتاحة قد تم استغلالها فى التنمية الزراعية، ومن ثم فى التنمية الريفية، بمعدلات مقبولة.

ونظراً لان تحقيق التنمية الريفية، وزيادة معدلاتها، يعتبر هدفا أساسياً للدراسة، بهذا الكتاب، فقد كان من الضرورى أن تتعرض الطبعة الثانية، هذه لتطور معدلات الناتج الزراعى ومدى مساهمته فى الناتج القومى لمصر بعد حوالى ٦ سنوات سنة ١٩٨٢ (وهى آخر سنة نشرت عنها احصاءات مصرية رسمية ودقيقة). وفى هذا فقد تبين (١) أن معدل المساهمة المذكور قد انخفض إلى الى أقل من السدس (محسوبا على أساس القيمة) بدلا من أن يرتفع وهو امر خطير (لا يضعف من خطورته القول بأن معدلات مساهمات انشطة وقطاعات أخرى فى الناتج القومى قد زادت عن المعتاد، فى حين ظل الناتج الزراعى على ماهو عليه لظروف خارجة).

---

(١) تعد معظم هذه الاحصاءات بالقيمة. ومن الصعب، إن لم يكن من المستحيل، حساب الناتج القومى بالكمية فى وجود أكثر من وحدة لقياسها. فوحدات القياس الكمى للسلع الملموسة أو المنظورة تختلف عن وحدات القياس الكمى الخدمات. كما تختلف وحدة القياس الكمى بين سلعة صناعية وأخرى تجارية بل بين صناعية وأخرى صناعية أيضا.

وتزداد هذه الخطورة إلى درجة مخيفة ان اضيفت إلى مسألة انخفاض هذا الناتج مشكلة التزايد المتوالي والمتضخم في عدد السكان والذي تتجاوز معدلاته التقديرية ٢.٨٪ سنوياً (١) (آخر تعداد رسمي منشور هو تعداد سنة ١٩٧٦ وبلغ عدد السكان فيه حوالي ٣٨ مليون نسمه) (٢). ويعني ذلك - ضمن ما يعنيه - أن معادلة الناتج الزراعي وعدد السكان قد انعكس وضعها وانقلب، فبدلا من أن تزداد الرقعة الزراعية الصالحة وبشكل تصبح معه جيدة الانتاج ويزداد معها، بالتالي، الناتج الزراعي ليقابل ويغطي احتياجات الزيادة في عدد السكان، الواجب التحكم فيها، حدث ما يغاير ذلك. فانخفضت مساهمة الناتج الزراعي في الناتج القومي وازداد معها عدد السكان. فالاصل ان يتجاوز الناتج الزراعي (٣) احتياجات السكان حتى يتحقق، قدر الامكان، الاكتفاء الذاتي، ويزيد:

الناتج القومي - الاستهلاك القومي

= الاحتياطي (المخزون القومي)

+

التصدير القومي

من الزراعة   من الزراعة

(ازدهار وانتعاش اقتصادي زراعي)

---

(1) Central Agency for Public Mobilisation and Statistics, Statistical Year Book, Egypt, 1984, p.8.

(٢) يحسب معدل النمو السكاني ، عادة، على أساس كل ١٠٠٠ فرد وليس كل ١٠٠ ، مما يدل على مدى تضخم معدل النمو هذا، في مصر.

(٣) ما يصدق على الناتج الزراعي (واستهلاكه) قد يصدق أيضاً على ناتج بعض الأنشطة الاخرى.

وقد ادى النقص فى الناتج القومى من الزراعة والزيادة فى عدد السكان – مع زيادة حاجاتهم وزيادة الاستهلاك القومى – إلى تلاشى ما يجب توفيره من هذا الناتج كاحتياطى والتصدير، ومن ثم قد زاد معدل الاستيراد القومى:

الناتج القومى + الاستيراد القومى = الاستهلاك القومى

من الزراعة　　　　من مواد ومنتجات زراعية

(خلل أو ضعف اقتصادى زراعى)

وعلى ذلك فإن تحقيق المعادلة الاولى، يترتب عليه زيادة الموارد من العملة الصعبة (أو النقد الاجنبى) خاصة إن كان معدل زيادة الناتج القومى من الزراعة أعلى كثيرا من معدل الاستهلاك القومى من الناتج الزراعى، والعكس صحيح أن تحققت المعادلة الثانية، حيث يتم الصرف من حصيلة العملة الصعبة لاستيراد الموارد والسلع الغذائية – التى لم يوفرها الناتج الزراعى فنزيد الناتج القومى بالاستيراد لكى نكفى الاستهلاك.

وللانخفاض الحاد فى معدل الناتج الزراعى المصرى إلى الناتج القومى عدة دلائل خطيرة لعل من أهمها انخفاض فاعلية التخطيط والادارة والتنفيذ والمتابعة، وقد يرجع هذا الانخفاض لعدة أسباب منها عدم توفر عناصر الانتاج الهامة كرأس المال، يضاف إلى هذا بأن المؤشر السابق ايراده – عندما كان معدل قيمة الناتج الزراعى مساويا لخمس الناتج القومى تقريبا فى عام ١٩٧٦– من أنه قد تم استغلال الموارد الطبيعية والامكانيات الزراعية المتاحة استغلالا مقبولا اصبح لا محل له فى عام ١٩٨٢ (إذ أن قيمة الناتج الزراعى لا تشكل إلا حوالى ١٦٪ من الناتج القومى فى عام ١٩٨٢. ولا يغير من ذلك كثيراً، كما سبقت الاشارة، ارتفاع معدلات مساهمة ناتج الأنشطة الاخرى فى الناتج القومى بدرجة أكبر من ارتفاع معدل مساهمة الناتج الزراعى فيه)،

ورغم أن الدراسة بهذا الكتاب تركز أساساً على الدور الذى يمكن ان تلعبه وسائل الاعلام للنهوض بالتنمية الاجتماعية وما يتصل بذلك من متغيرات تتعلق بالفلاح، وغيره من الفئات التى تعمل فى الريف وسلوكهم وعلاقاتهم، دون التركيز تفصيلا، على الزراعة ومشاكلها، التى لها مجالات وتخصصات مستقلة، كما سبقت الاشارة، إلا أنه لأهمية التنمية الزراعية ولارتباطها ودون شك بمجالات هذه الدراسة – علاوة على أنها بلغت فى مصر مرحلة من الخطر يتطلب معها زيادة معدلها كأمر حيوى يرتبط بحياة المصريين – كان من الضرورى أن تتم الاشارة اليها فى هذه الطبعة. وتؤكد الفقرة السابقة النقطة الأخيرة، وتبين الهوة التى انزلق إليها قيمة الناتج الزراعى إلى الناتج القومى فى مصر، مما ترتب عليه زيادة الاستيراد لسلع ومواد غذائية كان فى الاستطاعة انتاجها محليا وتوفير العملة الصعبة المدفوعة فيها. وعلى سبيل المثال فقد ارتفعت معدلات استيراد (بالقيمة) الذرة الشامية ودقيق (القمح) والقمح والسكر النقى فى نهاية خمس سنوات منذ سنة ١٩٧٨ حتى سنة ١٩٨٢ إلى ٣٧٢٪، ٢٧٤٪، ٢٠٥٪، ١٣٤٪(١) على التوالى. يضاف إلى ذلك بأنه قد ارتفعت، بالتبعية، معدلات استيراد (بالقيمة) المواد والمنتجات التى تعتمد فى زراعتها أو فى نموها على الناتج الزراعى. فاللحوم المجمدة مثلا (التى هى احدى منتجات الثروة الحيوانية التى تعتمد فى بقائها ونموها علي بعض العناصر الهامة ومنها الناتج الزراعى من علف وبقول وخلافه) زاد معدل استيرادها فى نهاية هذه السنوات الخمس، أى فى سنة ١٩٨٢ إلى ٢٩٠٪ . (٢)

ويقتضى الامر ان تتكاتف كل الجهود، افرادا وحكومة، فى سرعة وفى استمرارية من أجل القضاء على كافة المعوقات التى تسد طريق التوسع فى استصلاح الأراضى البور واستزراعها والحصول على نتاج متعدد منها أى التوسع الزراعى افقيا، أولا، ثم زيادة الناتج الزراعى من الاراضى المستزرعة القائمة

---

(1) Central; Agency for Public mobilisation and Stiistics, 1984, op. Cit., p. 274.

(2) Ibid., p. 274.

ولمحاصيل معينة (أى التوسع الزراعى رأسيا) الى تغطيه كل احتياجات الاستهلاك المحلى من المواد والمنتجات الزراعية، أو حتى تغطيه معظمها حتى يتحقق الاكتفاء الذاتى بعد ذلك تدريجيا وفى أسرع وقت ممكن.

وقد تكون المشكلة الرئيسية التى تقف حائلا أمام التوسع فى الناتج الزراعى بالشكل المشار إليه، هى توفير رؤوس الأموال لاستخدامها فى مد الأراضى البور، وغيرها، بمياه الرى بصفة مستمرة، وكذا اللازمة لاستخدام وسائل التقدم العلمى والتكنولوجى فى الزراعة. ويمكن التغلب على مشكلة التمويل هذه بعدة اجراءات مجتمعة، أو منفردة ومتعاقبة، مثل:

(أ) اجتذاب رؤوس الأموال :

* بمنح امتيازات من ٥٠ إلى ٩٠ سنة، أو أكثر لاستغلال اراضى زراعية.
* بالمشاركة فى مشروعات زراعية أو صناعات زراعية، ويمكن ادخال رؤوس الاموال العربية والاجنبية عموما.
* باعفاء المستثمر من الضريبة على الأرباح التجارية والصناعية مدة عشر سنوات ان كان الاستغلال (أو الامتياز) ممنوح لمدة عشرين سنة مثلا، ثم فرض ضرائب مخفضة بعد ذلك.
* اعفاء المستثمر من الرسوم الجمركية على كل ما يستورده من معدات وآلات وخلافه فى فترة التأسيس والتوسع.
* زيادة المزايا والاعفاءات التى يمنحها القانون رقم ٤٢ لسنة ١٩٧٤ باصدار نظام استثمار المال العربى والأجنبى (وتعديلاته).

(ب) اجراءات ذاتية:

★ اعادة جدولة المشروعات القومية التى تموها الدولة ووضع مشروعات الاستصلاح والاستزراع على قمة قوائم تلك المشروعات.

★ اقامة المدن والمجتمعات السكنية فى المناطق الصحراوية ونقل فروع بعض شركات وهيئات القطاع العام والحكومة إليها خاصة تلك التى يرتبط عملها بالاستصلاح والاستزراع... وتحقيق الاكتفاء الذاتى لتلك المدن والمجتمعات.

★ تشجيع المواطنين، وعلى الاخص الشباب، على الانتقال لتعمير تلك المدن والمجتمعات ومنحهم مزايا متعددة مقابل اشرافهم وبدرجات متفاوتة، على استصلاح واستزراع مساحات معينة من الأفدنة. ويمكن أن يأخذ ذلك التشجيع صورا مما يأتى:

• تمليك عدة افدنة مجانا مقابل استزراعها والأشراف على استزراع عدد أخر من الأفدنة.

• زيادة قيمة دعم الدولة لكافة السلع والمواد الغذائية فى هذه المدن والمجتمعات.

• زيادة مرتبات المنقولين إلى تلك المدن.

• تخفيض قيمة كافة الرسوم الحكومية المستحقة على التعاملات فى تلك المدن، وكذلك تخفيض المصروفات البنكية على التعاملات فى تلك المدن، وبصفة عامة تخفيف الاعباء والرسوم التى تحصلها الدولة عادة من المواطنين على قاطنى هذه المدن والمجتمعات.

• تخفيض الضرائب، أو زيادة الاعفاءات الضريبية لسكان تلك المدن والمجتمعات.

* توفير وسائل المواصلات العامة داخل تلك المدن، وبينها وبين بعضها وبينها وبين المدن الكبرى مع جعل أجور الانتقال رمزية.

* اصدار سندات على الدولة مدتها من عشر سنوات إلى عشرين سنة على أن تعفى من كافة الضرائب وتخضع لنظم الجوائز.

* رفع سعر فائدة البنوك المصرية على الودائع والمدخرات وعلى الأخص بالعملةالصعبة.

* فتح باب التبرعات امام شركات ومكاتب القطاع الخاص.

* فتح باب التبرعات أمام كافة المواطنين.

والله نسأل ان يمنحنا القوة لاجتياز هذه العقبات المؤقتة فهو العاطى بلا حساب. وشعب مصر قادر باذن الله تعالى على تخطيها بسهولة كما تخطى اصعب منها . والادلة على ذلك، من تاريخه العريق، كثيرة وبلا حدود. لقد خلقه الله ومنحه من قديم الازل صفة النضال والبأس فتغلب بهما وبايمانه على تحديات كثيرة أقوى مما يواجهة اليوم. فأخضع العلم من الاف السنين لارادته، وانتصر، فى كل معاركه الضارية التى خاضها طوعا أو جبرا، منذ التتار فى العصور القديمة إلى الاستعمار فى العصور الحديثة حتى أكتوبر الملحمة. وانتصاراته هى دائماً بقوته وبايمانه بالله واعتماده عليه .

فنعم المولى ونعم النصير

المؤلفة

مقدمة

الطبعة الأولى

(معدلة)

مما لا شك فيه أن كل دولة من دول العالم تسعى حثيثا إلى مضاعفة معدلات التنمية فيها. ولا تختلف في هذا دولة كبيرة أو صغيرة، متقدمة أو نامية، ذلك أنه كلما زاد النمو الاقتصادي، والاجتماعي.. فيها كلما ارتفع مستوى معيشة أبنائها وكلما تبوت مكانه أكبر بين دول العالم.

والتنمية الاجتماعية ترتبط بتطور البناء الاجتماعي في الدولة وبتغييره إلى الأحسن بما يؤدى إلى استخدام الأساليب التكنولوجية الحديثة، المعقدة، في كافة أنشطتها.

وقد تختلف نوعية المجتمع وحاجاته وأهدافه في دولة متقدمة وفي دولة نامية، إلا أنه لا خلاف على أن كل دولة، في وقتنا الحاضر، تهتم اهتماما كبيرا، ضمن اهتماماتها المتعددة، بتوفير الغذاء لمواطنيها - والبلاد الصديقة إن أمكن ذلك، مما حدى إلى التركيز على زيادة الإنتاج الزراعي العالمي بصفة أساسية، كل دولة تعمل على زيادة الرقعة الخضراء بأراضيها فتحول الاراضي اليابسة الجرداء إلى أراضي صالحة للزراعة، إلى أراضي خضراء.

غير أن أهمية توفير المواد الغذائية وزيادة كمياتها المنتجة تتفاوت بين الدول؛ فإذا كانت هذه المسألة هدف أساسي يمكنها بسهولة تحقيقه تصبو إليه دول العالم المتقدمة، فإنها تعتبر هدف حيوي جوهري لا بديل عنه لمعظم الدول النامية قد يصعب من الاكتفاء الذاتي تحقيقه.

ومن المعلوم أن الفلاحين في كثير من دول العالم، وعلى الأخص الدول النامية يشكلون الجزء الأكبر من السكان، وفقاً لما تشير إليه الإحصائيات في هذا المجال، حتى أن تعداد الفلاحين في بعض الدول الأقل نموا يبلغ حوالى ٨٠٪ من مجموع السكان.

وقد ترتب على أهمية الفلاحين - باعتبارهم أحد العناصر الرئيسية فى الإنتاج الزراعى - وعلى أنهم يكونون الجزء الأكبر من السكان فى بلاد كثيرة فى العالم أن معظم الدراسات السكانية والاجتماعية أصبحت تتركز على الفلاح، على أسلوب حياته اليومى ومستويات معيشته وأسلوب تفكيره وسلوكه. ويمكن القول - بصفة عامة - أن معظم البرامج المحلية والدولية التى تعد عن التغيير الاجتماعى المخطط أصبحت لا تخلو من مناقشة موضوع أو أكثر من الموضوعات المتعلقة بأحوال الفلاحين وطرق معيشتهم وأسلوب تفكيرهم.

ولا تقتصر أهمية دراسة الفلاحين على ما تقدم ذكره. فمن المعلوم أن الأمية - التى هى أحد المعوقات الرئيسية للتنمية - تتفشى بدرجة كبيرة بين معظم الفلاحين وعلى الأخص فى الدول النامية مما يشكل عقبة كؤد فى سبيل توصيل المعلومات إليهم. فاللغة التى يتعرضون لها، عادة، أعلى من مستوى ادراكهم وهو ما يرتب فقد هذا الاتصال الهام. يضاف إلى هذا بأنه لا توجد دراسات كافية عن احتاجيات الفلاحين، حيث أن معظم الاتصال يأتى فى اتجاه واحد من الحكومة الى الفلاحين أى من أعلى التنظيم فى الدولة إلى أدناه. وقد يعرقل ذلك من المحاولات التى تبذل لرفع مستوى معيشتهم ولاستخدام وسائل التقدم العلمى والتكنولوجى فى مجتمعهم وفى طرائق عملهم.

وعن مصر فإنه من المعلوم أنها كانت اساسا بلد زراعى تحول النشاط الرئيسى فيها تحولا ملحوظا إلى الصناعة.

ولكن يهم أن نسأل: هل حققت الزراعة فى مصر أهدافها كتوفير كافة المواد الغذائية اللازمة للاستهلاك المحلى والتصدير للخارج بما يؤدى إلى تحقيق عائدا كافيا من العملات الحرة ؟ فى الحقيقة يمكن القول بأن الزراعة فى مصر لم تحقق بعض أهدافها لأسباب متعددة، منها مثلا، أننا نواجه عددا من المشاكل الهامة نعانى منها منذ سنوات يمكن أن نضعها فى الصيغة العامة التالية:

٦٦/٦٥ بنسبة ٢٠٪ انخفضت إلى ١٦٪ من سنة ٧٩: ١٩٨٢. وعلى العكس من ذلك، زادت مساهمة القطاع الصناعى فى الناتج القومى من ٢٠٪ سنة ١٩٧٧ إلى ٢٨٪ سنة ١٩٨٢/٨١[1]. ويأتى انخفاض الناتج الزراعى فى الوقت الذى تتوافر فيه عوامل الانتاج بكفاءه وبوفرة مثل تربة صالحة ومناخ مناسب ويد عاملة مدربة.

ورغم هذا فمن المعروف أن الأراضى المزروعة فى مصر بمحاذاة دلتا النيل، يتمركز فيها معظم السكان بما قد يصل إلى ٣.٥٪ تقريباً من مساحة البلاد. وبالرغم من أنه أمكن منذ عام ١٩٥٢ وحتى عام ١٩٨٣ استصلاح ما يزيد على مليون فدان [2] إلا أنه مازال هناك جزء كبير يجب استصلاحه. ونظراً لأهمية الأرض الزراعية، وبالتالى أهمية متابعة الفلاح والعمل على حل مشاكله، فإن الرئيس السادات رحمه الله كان يحث الشعب دائماً ويدعوه إلى زيادة الإنتاج الزراعى، كما كان يقوم بزيارت متعددة لأرضى مزروعة، أو تحت الاستزرع، متفرقة فى أنحاء جمهورية مصر لتحقيق هذا الغرض. وعندما تولى للرئيس مبارك حكم مصر لم يدع فرصة لزيارة قرية أو مصنعاً ريفياً إلا واغتنمها، مؤكداً أهمية تنمية موارد الدولة من الزراعة.

وعلى ذلك فإن التنمية الزراعية، كجزء من التنمية القومية، أمر حيوى وهام لزيادة الدخل القومى والناتج القومى وتحسينه. وهو ما سبق توضيحه.

والتنمية، فى رأى علماء علم الاتصال، ترتبط بالتغيير. بمعنى أنه كلما استطعنا تغيير اتجاهات وسلوك الأفراد (التقليديين) إلى أسلوب عصرى فى الحياة كلما كانت عملية التنمية ممكنة. ولابد أن يقتنع الناس بهذا التغيير ويتقبلوه وحينئذ يمكن أن يتم فى يسر وسهولة ويؤتى ثماره المنتظرة.

---

(1) Central Agency for Public Mobilisation and Statistics, Statistical Year Book, 1984, Op. Cit., P. 260.
(2) Central Agency for Public Mobilisation and Statistics, Stalistical Year Book, 1984, op. cit., p. 77.

هذا وتلعب وسائل الإعلام دوراً هاماً ورئيسياً فى عملية التغيير الاجتماعى وبالتالى فى التنمية الاجتماعية. ولهذا فإن هذه الوسائل يمكن أن تعتبر جزءاً من المجتمع العصرى حيث ترتبط بأعمال المؤسسات الاجتماعية والأنشطة المتعلقة بالاقتصاد السياسى والأديان والتعليم والتمويل وخلافه.

ونظراً لأهمية التنمية الاجتماعية كما ذكرنا ولأهمية البحث والدراسة على مجتمع القرية ولقلة الأبحاث العلمية والميدانية المصرية المنشورة فى هذا المجال، فقد رأينا أن نقوم بدراستنا هذه عن دور وسائل الاعلام فى التنمية الاجتماعية فى المجتمع الريفى، وسنتعرض فيها- ضمن ما سنتعرض إليه - إلى دراسة حياة المجتمع القروى كأمر طبيعى يحسن الخوض فيه عندما نتكلم عن أدوار وسائل الاعلام.. وسنتعرض كذلك فى دراستنا إلى مشكلتين رئيسيتين من المشاكل التى تواجهها مصر وهما مشكلتى تضخم السكان والأمية وذلك من خلال دراسة ميدانية لنتائج حملتى تنظيم الأسرة ومحو الأمية فى قرية اختيرت لهذا الغرض وهى قرية قها والتى اصبحت فيما بعد مدينة .

ورغم أن هدفنا من الدراسة هو معرفة دور وسائل الاعلام فى التنمية الاجتماعية بصفة أساسية الا أننا سنتعرض أيضا إلى دور الاتصال المباشر بغية اكتمال العرض ووضوح الصورة.

وفى بحثنا عن دور وسائل الاعلام سنتناول الوسائل الرئيسية منها، والتى تشكل الجانب القوى فى نشر المعلومات والمعرفة فى القرية؛ والتى تتوافر فيها بصفة دائمة ومستمرة ويمكن أن تصل إلى جميع سكانها، وهى أساساً الإذاعة والتليفزيون والصحف. وبالتالى فإننا سنستبعد من الدراسة السينما (الفيلم) والكتاب لقلة دوريهما فى مجتمع القرية بالمقارنة لأدوار الوسائل الثلاث الأولى.

ومما لاشك فيه أن ملامح مجتمع القرية المصرية قد تغيرت فى السنوات الأخيرة تغييرات جوهرية كبيرة حيث تم تطبيق قوانين الاصلاح الزراعى بنجاح وحيث أنشئت جمعيات زراعية، واتبعت نظم الائتمان الزراعى والتسويق التعاونى،

كما أخذ بمبدأ تكافؤ الفرص فى التعليم وفى الوظائف وفى الخدمات علاوة على المحاولات المتكررة لمنح هذا المجتمع قدرا مناسبا من المعرفة والثقافة بما يمكن من القضاء على الأمية المتفشية فيه وحتى يمكن أن ينفتح على مجتمع يتمتع عنه بدرجة أكبر من العصرية ومتقدم عنه تكنولوجيا .

ورغم المحاولات التى تبذل والنجاحات التى تتحقق إلا أنه - على ضوء البيانات القليلة المتاحة - فإن تغيير ملامح مجتمع القرية لم يتم إلى الدرجة التى تحقق الأهداف المرجوة.

ولهذا فإننا نهدف من دراستنا أيضا توفير معلومات حقيقية عن مجتمع القرية المصرية وعن دور وسائل الاعلام فى التنمية الاجتماعية، بما يمكن أن تفيد الدارسين فى هذا الميدان.

ويهم أن نوضح هنا أن الحكومة المصرية تنفق ملايين الجنيهات فى سبيل زيادة الانتاجية الزراعية باستخدام الأساليب الحديثة، ومن ضمنها الاستفادة من فاعلية وسائل الاعلام. وتنفق الكثير أيضا على مشروعات متعددة بغرض دفع عجلة التنمية إلى الأمام مثل زيادة رقعة الأراضى المزروعة بالتوسع فى تطبيق سياسة ملكية الفلاح للأرض وتمويل بعض جوانب الانتاج الزراعى والتعاونى ومحاولة وقف تزايد السكان بالدراسة العلمية من خلال مشروعى تنظيم الأسرة، ومحو الأمية مثلا: بمساعدة كافة أجهزة ومؤسسات الدولة.

هذا ونأمل أن تتميز الدراسة بهذا الكتاب بالخاصية الشاملة، ذلك أننا نناقش النظريات العلمية فى دور وسائل الاعلام فى التنمية الاجتماعية كما نناقش أيضاً الجوانب الميدانية لهذه النظريات العلمية. وترتيبا على ذلك فإن دراستنا هنا قد تحظى باهتمام، وتتصل بعمل، معظم المؤسسات والهيئات العلمية الحكومية، والخاصة، فى مصر.

ويهم الإشارة هنا إلى أن لوسائل الاتصال وظائف ثلاث بالنسبة للتغييرات التى تحدث فى التنمية الاجتماعية:

١ – توفير المعلومات بشأن التنمية القومية وتركيز الانتباه على الحاجة إلى التغيير واستخدام الفرص الداعية إليه وإثارة الطموح. وتتناول وسائل الاعلام هذه المهام بصورة مباشرة.

٢– اتخاذ القرارات. يجب أن يتسع الحوار بحيث يشمل كل من ينبغى عليه اتخاذ قرارا بالتغيير ويجب أن تعطى الفرصة للقيادات لكى تقود وتسمع أصوات الجماهير العادية، كما يجب أن تتضح قضايا التغيير وأن تناقش البدائل. وفى استطاعة وسائل الاعلام أن تساعد فقط فى القيام بهذه المجموعة من المهام.

٣– تعليم المهارات. حيث يجب أن يتعلم الكبار القراءة ويجب تعليم الفلاحين أصول الزراعة الحديثة وتعليم الأطفال، وتدريب المهندسين والأطباء والمدرسين وتعليم العمال المهارات الفنية. وعلى الناس، أن يتعلموا بصفة عامة كيف يظلوا أقوياء. ويمكن لوسائل الاعلام أن تتناول هذه المهام بالاشتراك مع الاتصال المباشر، حيث نرى مثلا أنه يمكن لوسائل الاعلام أن تسد النقص فى عدد المدرسين بأن تساعد فى التعليم مع مدرسى الفصول الدراسية.

إذن فإنه فى مجال التنمية الاجتماعية هناك مهام تستطيع وسائل الاعلام القيام بها مباشرة وهناك مهام تستطيع المساعدة فيها. وعلى هذا فإننا نعرض الفروض التالية.

الافتراض الاول :

إن مدى تعرض الفرد لوسائل الاعلام يتحدد جزئيا بطريقة الاستقبال كما يتحدد جزئيا ببعض الخصائص الخلفية له.

الافتراض الثانى :

(أ) قد تكون هناك علاقة بين التعرض لوسائل الاعلام من ناحية ومعرفة المسائل المحلية والقومية من ناحية أخرى.

(ب) قد يتصل التعرض لوسائل الاعلام بمعرفة مشكلات محددة عن التنمية كالادخار وإعادة فتح قناة السويس.

(جـ) قد يتصل التعرض لوسائل الإعلام بطموح الفرد تجاه نفسه وتجاه أولاده.

الافتراض الثالث :

فى عملية اتخاذ القرارات بشأن الافكار المستحدثة تكون وسائل الاعلام أهم نسبيا فى وظيفة المعرفة، بينما تكون قنوات الاتصال المباشر أهم نسبيا فى وظيفة الاقناع.

الافتراض الرابع :

تستطيع وسائل الاعلام أن تلعب دورا مساعدا أو رئيسيا فى حملة محو الأمية ويتوقف ذلك، كثيرا، على متطلبات الفرد.

وقبل أن نقدم عرضا للابواب والفصول بهذا الكتاب يهم الإشارة إلى الأسباب التى دعتنا إلى تركيز دراستنا الميدانية على قها التى تعتبر بحق إحدى القرى النموذجية التى تصلح لدراسة دور وسائل الاعلام فى التنمية الاجتماعية، حيث يمكن أن نقول عنها أنها قرية عصرية أو مدينة تقليدية تتمتع بخصائص تجعلها متميزة عن غيرها من القرى، فهى تتميز، مثلا، بوجود الصناعات التكنولوجية المتقدمة متمثلة فى صناعة الأغذية المحفوظة والصناعات الحربية والمدنية، كما توجد فيها أراضى زراعية يمتلكها بعض من أهلها يستخدمون فيها الميكنة الزراعية. كما أنه مقام بها مبانى حديثة وطرق ممهدة وينعم بعض سكانها بمستوى معيشة مرتفع. بالاضافة إلى أنه تتوافر بها وسائل الاعلام من راديو وتليفزيون وصحف بدرجة لا بأس بها. كما تتميز أيضاً بقربها من القاهرة فهى تبعد عنها حوالى ٢٥ كيلو متر وتقع على الطريق الزراعى بين مصر والاسكندرية مما يسهل عملية الوصول إليها يوميا لاجراء الدراسات المطلوبة ومما يقلل تكاليف البحث ويساعد على إتمامه على أحسن وجه. ومن ناحية أخرى، فإنه على النقيض مما

تقدم، تتميز قها بوجود صناعات تقليدية كصناعة السجاد والكليم التى تستخدم فيها الأساليب التقليدية فى الإنتاج وتوجد فيها ملكيات زراعية صغيرة تستخدم فيها وسائل الإنتاج الزراعى البدائية. كما يسكن بعض الأهالى فيها منازل تقليدية ومستوى معيشتهم منخفض نسبياً. كما يوجد فيها طرق غير ممهدة.

وعلى هذا فيمكن أن نقول أن قها تتمتع بالعصرية المتوفرة - إلى حد ما - بالمدن الكبيرة كما أنها تتميز بوجود التقاليد البدائية التى تتوافر لدى بعض الأسر التقليدية فى القرى وفى المدن على حد سواء. ومن ثم يمكن أن نقول أنها تشبه مدينة صغيرة تصلح لأغراض دراستنا هنا. وقد يكون ذلك أحد الأسباب التى دعت الحكومة إلى إصدار قرار بتحويل قها من قرية إلى مدينة إعتبارا من مارس ١٩٧٥، أى أثناء فترة دارستنا الميدانية عليها، ورغم أن هذا التحويل مختص بالشكل الإدارى لقها ومن حيث التبعية الإدراية لها، إلا أنه يمكن أن يؤثر على بعض العادات والاتجاهات فيها.

هذا وستقدم دراستنا بهذا الكتاب فى بابين رئيسيين وأثنى عشر فصلا وخاتمة.

وسنعرض فى **الباب الأول** للدراسات النظرية فى الاتصال الانسانى وفى التغيير الاجتماعى وأدوار وسائل الاعلام فى التنمية الاجتماعية، وسنتناول أيضا التنمية الريفية وأبحاثا ميدانية عنها. ونتناول فى **الباب الثانى** خطة الدراسة والاجراءات التى تمت فى شأنها ومعلومات عن قها. ونتعرض إلى الدراسة الميدانية وتحليل بياناتها بغرض تحقيق الافتراضات التى وضعناها. ثم نعرض فى النهاية إلى الخاتمة. ويهم أن نوضح أن هذه الدراسة قد استغرقت حوالى ثلاث سنوات منذ عام ١٩٧٤ وقد حصلت المؤلفة بها على درجة الدكتوراه التى أجيزت من كلية الإعلام جامعة القاهرة فى ديسمبر ١٩٧٦. ثم أضيفت إليها بعد ذلك الموضوعات الهامة، والإحصيات الأخيرة، حتى تصبح كتابا جامعيا، وكتاباً قد يهم المعنين بهذا الموضوع على حد سواء.

وقبل أن نختتم هذه المقدمة أرجو من الله أن أكون قد وفقت فى اختيار موضوع وأهداف هذه الدراسة ونجحت فى الوصول إلى تلك الأهداف باستخدام كافة الأساليب المتاحة، وأتمنى أن أكون قد أضفت بهذا الجهد المتواضع جديداً إلى الدراسات والأبحاث التى أجريت فى هذا المجال: دور وسائل الاعلام فى التنمية الاجتماعية فى المجتمع الريفى، وأمل أن تساعد – ما أمكن – على فهم مجتمع القرية وأن تساهم فى توضيح الرؤية حول الدور الذى يمكن أن تلعبه وسائل الاعلام فى مشكلتى تضخم السكان والأمية التى تعانى منهما بلدنا منذ سنوات طويلة بما يؤدى إلى حل مشاكل المجتمع الريفى وبما يساعد على دفع عجلة التنمية وازدهار إقتصادنا القومى مما يرفع من شأن بلدنا العزيز مصر.

ولا يسعنى فى النهاية إلا أن أتوجه بخالص شكرى وعظيم إمتنانى لكل من قدم لنا يد العون الصادقة لاتمام أعمالنا. فلم يبخل الأستاذ الدكتور محمود نجيب أبو الليل رئيس قسم الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة – آنذاك – جهداً فى توجيه النصيحة والمشورة لحل المشاكل التى قابلتنا أثناء الدراسة وكان معيناً قوياً لنا على إتمامها على الوجه الذى ارتضيناه والذى يتناسب والمدة التى قضيت فيها بما نأمل معه أن تكون ذات فائدة للمهتمين بحل مشاكلنا. كما نتوجه بالشكر العميق أيضاً للسيد الأستاذ سعد الدين وهبه وكيل أول وزارة الثقافة على مساعدته القيمة فى الحصول على كافة البيانات التى طلبناها عن قها وإلى الأهالى وللسادة عضو مجلس الشعب ورئيس المجلس المحلى والمسئولين فى شركة النصر للأغذية المحفوظة «قها» وجميع العاملين فى الشركات والوحدات التى أرناها فى قها. ولا ننسى فضل السيد الأستاذ يوسف السباعى وزير الثقافة السابق – رحمه الله – بمناقشاته البناءة وعلمه الغزير وكتاباته الرائدة.

والله الموفق

المؤلفة

البـــاب الأول

الدراسات النظرية

تمـــهيد

نتناول فى هذا البـاب النظريات والآراء العلميـة في دور وسـائل الإعـلام فى التنمية الاجتماعية حيث نعرض لعملية الاتصال والتغيير الاجتماعى ودور وسائل الإعلام فى هذا اللون من التغيير مع التركيز على التنمية الريفية. كما نعرض لبعض البحوث التى أجريت فى هذا الميدان لإعطاء صورة واضحة لما يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام فى خدمة التنمية الاجتماعية. ونبين فى الفصل الأول مفهوم الاتصال وعمليته والعناصر الأساسية فى هذه العملية، ومختلف التأثيرات التى تحدثها هذه العناصر على الاتصال والمشكلات التى تواجه الاتصال. وفى كل هذه المجالات نميز دائماً بين الاتصال الإعلامى والاتصال الشخصى ونبين دور كل منهما فى عملية التنمية ، ونتناول فى فصلين جديدين : الثانى والثالث قيادة الرأى فى الريف المصرى والتأثير فى نظريات الاتصال.

ونوضح فى الفصل الرابع معنى التغيير الاجتماعى، ونعرض بعض النظريات الكلاسيكية والحديثة التى تتناول التغيير الاجتماعى. ونحاول الإشارة إلى الاتجاهات المختلفة التى تبحث فى هذا الموضوع. كما نبين الفئات التى تتأثر بالتغيير الاجتماعى مع التركيز على مستوياته والفرق بين مفهومى التنمية والعصرية.

وفى الفصل الخامس نحاول الربط بين ما تعرضنا له فى الفصلين السابقين حيث نوضح الدور الذى يمكن أن تلعبه وسائل الاتصال الإعلامى فى خدمة التنمية الاجتماعية مع التركيز على إبراز أهداف ووظائف وسائل الإعلام فى المجتمع. ونظراً لأننا نتناول فى هذا الكتاب التنمية الريفية بصفة أساسية فإننا نتناولها بالشرح فى الفصل السادس مع التركيز على العلاقات بين الريف والحضر، ونحاول معرفة من هو الفلاح. كما نشير إلى متغيرات التنمية والمعوقات التى تقف فى طريقها.

وبعد أن عرضنا بعض المفاهيم الأساسية للإتصال وتناولنا التغيير الاجتماعي وربطنا بينهما وأوضحنا التنمية الريفية بإعتبارها محور اهتمام دراستنا، نعرض في الفصل السابع البحوث وميكانيكية ادائها وبحوث أجريت في الدول النامية بصفة عامة وفي مصر بصفة خاصة، عن دور وسائل الإعلام في التنمية الاجتماعية في الريف، كما نلقي الضوء على أهم نتائجها. وقد أعددنا أن هذا الجانب العلمي من بحثنا ليمهد الطريق إلى الجانب الميداني الذي نتناوله في الباب الثاني .

الفصل الأول

طبيعة الاتصال الانسانى

الاتصال من شأنه أن ينشر المعرفة وينميها. والمعرفة هى أهم ما تحتاج إليه الدول النامية، ومن ثم كان الاتصال من أهم العوامل فى عملية الدفع نحو العصرية. ولكن ماهو المقصود بكلمة إتصال ؟؟...

إن الاتصال "Communication" كلمة مشتقة من كلمة "Commnis" اللاتينية ومعناها الشيء المشترك، ونحن حين نقوم بعملية الاتصال فإنما نحاول أن نوجد نوعاً من المشاركة مع شخص آخر. أى أننا نحاول أن نشاركه فى المعلومات أو الفكر أو الاتجاهات (١).

ويتضمن الاتصال كل الوسائل الخاصة بنشر المعرفة والأفكار والاتجاهات من وسائل توصيل الأخبار كالصحيفة والراديو والتليفزيون إلى التبادل اليومى للأخبار والشائعات فى سوق القرية مثلا. وللاتصال إتجاهات متعددة ذلك أنه يعنى بتوصيل الأفكار الأساسية إلى أجهزة الحكم المحلى وإلى الحكومة المركزية على السواء. أما التغيير والنمو فإنهما يحدثان فقط برضاء هؤلاء الذين يؤثر فيهم التغيير. وعند هذا المستوى نجد أن الاتصال والتغيير يعتمد كل منهما على الآخر تمام الاعتماد.

ويمكننا القول أنه لكى نجنى ثمار التغيير فإنه يجب أن يكون لدى الفرد إحساس وحاجة إلى التغيير، وحين نحس بهذه الحاجة فإن التغيير يأتى سريعاً وعندئذ يزداد الاتصال (٢).

---

(1) Wilbur Schramm, The Process and Effect of Mass Communi Cation. Urbana. Unlversity of 11 linois Press 1971, p.3.

(2) Daniel Lerner, and Wilbur Schramm, Communication and Change in the Developing Countries, Honolulu, The University Press of Hawal, 1972.

تعـريـف الاتصـــال

يمكن أن نعرف الاتصال بأنه عملية نقل المعلومات والآراء والاتجاهات (وهى الصور التى كوناها لأنفسنا) من المصدر (وهو أساس الرسالة) إلى المستقبل وذلك بغرض التأثير عليه لهدف ما (١).

ويعرف شرام "Schramm" الاتصال بأنه الأداة التى تجعل المجتمعات ممكنة وهو بطبيعته يميز بين المجتمع الإنسانى وغيره من المجتمعات (٢).

ويصف كولى "Cooley" الاتصال بأنه الميكانيكية التى تنشأ عن طريقها العلاقات الإنسانية وتنمو، أو بكلمات أخرى هو جميع رموز العقل مع وسائل نقلها عبر الفضاء وحفظها خلال الزمن (٣).

ويعرف كار وزملائه الاتصال بأنه جميع العمليات المخططة وغير المخططة التى يستطيع من خلالها فرد ما أن يؤثر على سلوك الآخرين.. ومن وجهة النظر هذه يمكن القول أن الاتصال هو علم التفاعل بين الأفراد الذى يأتى بنتائج سلوكية.

---

(1) See Everett Rogers and Floyd Shoemaker, Communication of Innovation - A cross cultural Approach, New York:

Free press 1971 pp. 22-23.

Nathan Maccoby "The New Scientiifc Rhetoric" in Wilbur Schramm, Rhe Science of Human Communication, New York, Basic Books 1963 pp. 41-42.

Everett Rogers, Communication Strategies for Family Planning, New York, the Free press, 1973p. 43.

Edwin Emery, Philip Ault and Warrent Agee, Introduction to Mass Communication, New York, Dodd Mead and Compny 1970 p.5.

David Berlo, The Process of Communication, new York:

Holt, Rinehart and Winstion 1960. p.12.

(2) Wilbur Schramm, Men, Messages and media, New York, Harper and Row Publisher 1973 p.2.

(3) Charles Cooley, Social Organization, New York: Charles Scribner's Sons, 1909 p. 61.

ويحتوى الاتصال المخطط إذن على جميع التدخلات المقصودة، والتى يقصد بها تحقيق تغييرات محددة فى السلوك المعلن والكامن "Overt and covert behavior" المتلقى. ولكى يكون هذا التدخل فى السلوك فعالا فإنه يجب أن يبدأ بفهم تام للعوامل التى تحدد ذلك السلوك.

ومن هنا نرى عملية تخطيط وتنفيذ تشبه إلى حد ما تلك الخطوات التى تتخذ فى العلاج الطبى حيث يبدأ الطبيب بتشخيص المرض قبل إعطاء العلاج الفعال(١).

ويعتقد هؤلاء المؤلفون أيضاً أن أية عملية تهدف إلى تغير السلوك عن طريق التدخل المخطط يجب أن تبدأ بالخطوات التالية:

(أ) الفهم العميق للعوامل المسببة أو المحددة للسلوك.

(ب) تحديد أى من العوامل المسببة التى يمكن أن تخضع للتغيير عن طريق تدخل الإتصال.

(جـ) تقييم دقيق لمعرفة أى من الأنواع المختلفة للتدخل هى التى يمكن أن تكون أكثر فاعلية وتأثيراً (٢).

إن دراسة الاتصال تدور حول تبادل المعلومات، والتعليم وخلق الاتجاه وتغييره وتغيير السلوك، مع التركيز على الرسالة المشتركة بين المصدر والمتلقى. وهكذا لا توجد وسيلة لفهم عملية التغيير لا تضع الاتصال فى اعتبارها (٣).

ولذلك فنحن حين ندرس الاتصال فإنما ندرس الناس وعلاقاتهم ببعضهم البعض كما ندرس تجمعاتهم وتنظيماتهم ومجتمعاتهم، وندرس كيف يؤثر الإنسان

---

(1) Snehendu Kar, Diane Demagone and Barbara Kar, **Communication Research in Family Planning** Paris, UNESCO, No.2, 1975 p.5

(2) Kar, 1975, op. cit., p.6

(3) Rogera, 1973, op. cit., p. 44

فى غيره، وكيف يتأثر بغيره، وكيف يعطى المعلومات وكيف يتلقى المعلومات، وكيف يعلم الناس وكيف يتعلم منهم؛ ولكى نفهم الاتصال الإنسانى يجب أن نفهم كيف تقوم العلاقة بين الناس بعضهم البعض(١).

عمليـــة الاتصـــال

نود أن نؤكد أن الاتصال هو عملية "Process" وأنه مستمر عبر الزمان، وليست له نهاية أو بداية. والاتصال مثله مثل بعض العمليات الأخرى، ظاهرة مستمرة أى أنه مثل النهر عبر الزمن. ويقول روجرز أنه مثل التجربة لا نهاية لها، لأنه يلها دائماً شيء ما (٢). ولكى نوضح هذه الصورة فإننا نرى أنه من الأفضل أن نجمد الحركة فى هذا الفيلم المستمر بحيث نعزل بعض عناصر عملية الاتصال. ويمكن آنذاك أن نرى العناصر التى توجد - عادة - وبصفة أساسية فى أى حدث اتصالى وهى المصدر والرسالة والوسيلة والمستقبل والتأثير.

والاتصال عملية ديناميكية متغيرة وتحتوى على عناصر متعددة، وهى عملية معقدة. فإذا قلنا أنها عملية تتم فى نموذج خطى مستقيم "Linear" من المصدر إلى المستقبل (٣)- أى من اليمين إلى اليسار إذا رسمناها بيانياً- فإن ذلك يعنى تبسيط كبير للأمور. ويمكن تشبيه عملية الاتصال وهى نقل رسالة من مكان ما وإعادة تقديمها فى مكان آخر بما تقوم به شركة تليفونات. فالشركة تقوم بعمليات هندسية معقدة وصعبة فى حين أن المشترك - أو العميل - يجرى اتصالا تليفونياً لا يكلفه أى مشقة وبدون تعقيد.

---

(1) Schramm, 1973, op. cit., p.3
(2) - Rogers, 1973 op. cit. p. 44
- Berlo, 1960 op. cit., pp. 23-25.
- Schramm, 1973 op. cit., p. 38.
(3) Juan Diaz Bordenave, **New Approaches to Communication Training for Developing Countries.** Louisana, Baton Rouge, 1972.

هذا وأن نظرية الانتقال من النماذج الخطية المستقيمة إلى النظم "Systems" ترجع إلى الستينات. وفى نفس هذا الوقت بدأت معظم العلوم الاجتماعية تنظر للاتصال على أنه نظام للتفاعل فى السلوك الإنسانى (١).

ومن ناحية أخرى فإن النماذج المستقيمة تعنى مفهوماً ميكانيكياً للاتصال. وهو مفهوم من شأنه أن يساعد على الفهم لبساطته وإن كان بعيداً عن الواقع، ذلك أن النموذج الخطى المستقيم قد يعنى رؤية أو توقراطية أى ذات نظرة من جانب واحد للعلاقات الإنسانية. وهى بهذا تعنى مصدراً قوياً ونشاطاً أمام مستقبل سلبى، كما تعنى إمكان وجود علاقة رأسية "Vertical relationship" يعمل فيها المصدر على توجيه سلوك المستقبل أو السيطرة عليه (٢)، وعندئذ يصبح الاتصال مجرد أداة خاصة لتوجيه المستقبل بواسطة المصدر.

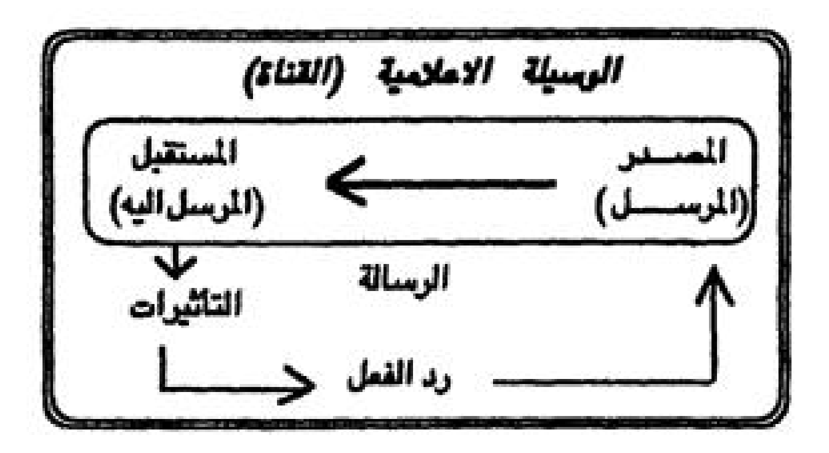
العناصر الرئيسية فى عملية الاتصال

يمكن القول بصفة عامة أن عملية الاتصال تتكون من ستة عناصر (٤) هى: المصدر، الرسالة، الوسيلة الإعلامية، المستقبل، التأثيرات، رد الفعل، ولا تختلف

---

(1) Rogers, 1973, op. cit., p. 45.
(2) Luis Ramiro Beltran, "la Problematica de la Communication pura el Desarollo Rural en America Latina" - paper. presented at the Inter-American Association of Librarians and Agricultural Information Specialists, Buenos Aires, 1972.
(3) Rogers, 1973. op. Cit., p. 45.
(4) See Berlo, 1960 op. cit., p. 73
B. Westley and M. Maclean, - "A Conceptual Model for com munication Research", - **Journalism Quarterly**, 1957, 34pp. 31-38.
Rogers, 1973, op. cit., p. 45
- Harold Lasswell, - "The Structure and Function of Communi. cation in Society" in Wilbur Schramm, and Donald Roberts (eds) The Process and Effects of mass Communication, Urbana, University of Illinois press, 1971,. pp. 84-94.
- Emery, 1070 op. cit., pp. 7-9.

عملية الاتصال المباشر بين الأفرد "Interpersonal" عنها بالنسبة للاتصال الجماهيرى "Mass communication" وأيضا فيما يتعلق بسيكولوجية الاتصال فهى واحدة فى كليهما.



شكل رقم ٢ العناصر الرئيسية فى عملية الاتصال

١- المصدر "source"

المصدر هو منشيء الرسالة. وقد يكون فرداً أو عدة أفراد يعملون معاً، مثل فريق الأنباء فى التليفزيون. وقد يكون المصدر أيضاً معهداً، أو مؤسسة، أو قادة مجتمع، أو مربين، أو أطباء ممارسين، أو أصدقاء أو أقارب. وهناك على الأقل ثلاث عوامل هامة يجب أن تؤخذ فى الاعتبار عند اختيار أو تقييم المصدر.. وهذه العوامل هى:

* الثقة فى المصدر .
* مدى الاستمرار فى تغيير الاتجاه مع مضى الوقت (نظراً لارتباطه بالثقة فى المصدر) .
* نوع المصدر المستخدم (رسمى أو غير رسمى).

- Claude Shanon and Warren Weaver, The Mathematical Theory of Com munication Urbana, University of Illinois Press, 1949.
- Melvin De Fleur, Theories of Mass Communication, New York, David Mc. Kay Company, 1975, p. 94.

الثقة في المصدر "Source Credibility":

اكتشف هو فلاند وفايس "Hovland and Weiss" (1) وكلمان وهو فلاند "Kelman and Hovland" (2) في دراستهم (تجربتهم) عن مصدر يعتد به ومصدر الثقة فيه قليلة "High and low credibility sources" أن الأشخاص يحصلون على نفس القدر من المعلومات بغض النظر عن قيمة المصدر والثقة فيه. ومع ذلك فلقد كان حكم الأشخاص على العروض المتماثلة حكماً مختلفاً إعتماداً على مدى تقييمهم للمصدر.

ويلاحظ أن التغيير في الاتجاه الذى يتطلبه القائم بالاتصال إذا ما تم قياسه بعد التعرض مباشرة، يكون أقل نسبياً عندما تأتى اتصالات من مصدر لا يعتد به وذلك إذا ما قورنت بمصادر يوثق بها بدرجة عالية وتؤثر على فاعلية الإتصال. وتوضح هذه الدراسات أن العدالة الواعية أو الأمانة المدركة مظهر هام من مظاهر الثقة فى المصدر.

كما أن القصد الواعي للمصدر عامل آخر من العوامل التى لها صلة بالثقة فى المصدر فهو ذو أهمية بالغة فى نشر الأفكار المستحدثة.

وتمدنا دراسة والستر وفستنجر ببعض المعلومات غير المباشرة عن هذا الموضوع تتبين منها أن الاتصالات التى تتعلق بأمور بالغة الأهمية إذا ما نقلت إلى أشخاص دون علمهم المسبق بها – أى مصادفة – فإنها تحدث تغييراً أكثر فى

---

(1) Carl Hovland and Walter Weiss,- "The Influence of Source Credibility on Communication Effectiveness"-, Public Opinion Quarterly, Vol. 15, 1951. pp. 635- 650.

(2) Herbert Kelman and Carl Hovland, - "Reinstatement of the Communicator in Delayed Measurement of Opinion Change"- Journal of Abnormal and Social Psychology Vol. 48, 1953 pp. 327-385.

إتجاهاتهم مما لو كان هؤلاء الأشخاص على علم بأن هذه الاتصالات وقد خطط لها تخطيطاً دقيقاً لكى تؤثر على اتجاهاتهم وآرائهم (١).

وبينما نرى فايس، وفاين "Weiss and Fine" يؤيدان الرأى القائل بأن القصد المخطط للمصدر أهل الثقة أقل أهمية من العدالة فى عرض الموضوع، الا أنه من واجب الفرد ألا يقلل من أهمية ذلك القصد المخطط (المدرك) للمصدر فى نشر الأفكار المستحدثة، مثل تنظيم الأسرة، والميكنة الزراعية (٢).

مدى استمرار الاتجاه لارتباطه بالثقة فى المصدر :

بناء على دراسات سابقة لهوفلاند "Hovland" أجرى لومسدين وشيفلد، وهوفلاند، وفايس "Lumsdain and Sheffield, Hovland and Weiss" تجارب لاختبار ما عرف فيما بعد على انه التاثير النائم "Sleeper effect" . لقد كشفت هذه الدراسات أن تغيير اتجاهات الأفراد كما أوصى به القائم بالاتصال تكون أكبر بعد انقضاء فترة زمنية على الاتصال عما لو كانت بعد الاتصال مباشرة (٣).

ولقد اختبر هوفلاند، وفايس "Hovland and Weiss" فى دراستيهما، هذه الظاهرة (التاثير النائم) باستخدام كل من مصدر الثقة فيه كبيرة (مصدر يعتد به) ومصدر الثقة فيه قليلة (مصدر لا يعتد به). وأوضحت نتائج إجابات المجموعتين أنه ليس هناك اختلاف معنوى فى مقدار المعلومات الواقعية التى حصل عليها المستقبل بعد العرض مباشرة، بغض النظر عما إذا كانت مادة النبأ صادرة من مصدر الثقة فيه كبيرة أو مصدر الثقة فيه قليلة. ومن ناحية أخرى كان المستقبل يغير

---

(1) Elaine Walster and Leon Festinger,- "The Effectiveness of Overheard Persuasive Communications"- **Journal of Abnormal and Social Psychology**, Vol. 65, 1962 pp. 395 - 402.

(2) Walter Weiss, "The Effect of Induced Aggressiveness on Opinion Change", **Journal of Abnormal and Social Psychology**, Vol. 52, 1956 pp. 109-114.

(3) Carl Hovland, Arthur Lumsdain and Fred Sheffield, **Experiments on Mass Communication**, Princeton University Press, 1949.

رأيه نحو الاتجاه المطلوب بشكل ملحوظ جداً كلما كانت المادة صادرة من مصدر الثقة فيه كبيرة، وذلك أكثر مما لو كانت صادرة من مصدر الثقة فيه قليلة. وأما فى الحالات التى يتم فيها تذكر المادة فإنه لا توجد فروقاً معنوية بين الأشخاص الذين تعرضوا للمصادر التى يوثق فيها بدرجة عالية أو المصادر التي يوثق فيها بدرجة أقل (١).

ومع ذلك فقد لوحظ بعد مضى أربعة أسابيع أن نسبة تغيير الرأى لدى من تعرضوا للمصدر الأكثر ثقة قد قلت. كما وجدا، من ناحية أخرى، أن نسبة من غيروا رأيهم ممن تعرضوا للمصدر الأقل ثقة قد ارتفعت، وهو ما سماه المؤلفان «التأثر النائم – Sleeper effect» . وبكلمات أخرى فإن كلا من التأثيرات الإيجابية والسلبية الناتجة عن الاتصال اتجهت إلى الاختفاء بعد عدة أسابيع.

وأضاف الباحثان التفسير التالى لظاهرة التأثير النائم: يتأثر التغيير فى الرأى بكل من التعليم والتقبل. ومن المعتقد أن الأفراد ربما يشكون فى بادىء الأمر فى نوايا المصدر. وعادة فإن الاتصال يهمل إذا لم يمكن هناك إيمان فى أن المصدر أهل للثقة. ومن ثم فإنه فى مثل هذه الحالات يمكن ألا يكون هناك تغيير فى الرأى بصورة مباشرة من جانب الفرد. ومع ذلك فإنه بعد مضى فترة من الزمن يميل الفرد إلى فصل المضمون عن مصدر الاتصال، وعندئذ يمكن أن يتذكر ويتقبل ما وصل إليه من معلومات.

والحالة الحرجة للتأثير النائم هى نسيان المصدر. ويفترض المؤلفان أنه ربما تكون هناك ظروف معينة يمكن أن تزيل التأثير النائم، فمثلا يمكن تذكير المستقبل مرة أخرى بالمصدر. وقد تكون هناك ظروف أخرى مثل أن يكون المصدر والوضع الذى يؤيده على علاقة وثيقة حتى نوع المصدر أن ذكر أحدهما يذكر بالآخر.

---

(1) Hovland and Weiss, 1951, op. cit.

نوع المصدر :

يستخدم، عادة، في الاتصال نوعان من المصادر: مصدر رسمي ومصدر غير رسمي (١). والمصدر الرسمي هو ذلك المصدر الذي يكون مسئولا عن المبادرة بالاتصال بحكم دوره المحدد أو المعين أو بمقتضى مكانه الرسمي، مثل القائم بالاتصال في مجال الأفكار المستحدثة كتنظيم الأسرة. وقد يكون المصدر الرسمي طبيباً أو ممرضة أو قابلة أو عاملة في تنظيم الأسرة أو منظم جماعة أو وكيلا تجارياً أو معلماً أو واعظاً دينياً.

والمصدر غير الرسمي، من ناحية أخرى، هو ذلك الذي يبادر بالاتصال أو يؤثر على اتجاهات أو آراء التغير خلال التفاعل الطبيعي من يوم إلى يوم بين الأفراد، فهذا المصدر إذن ليس مكلف للقيام بمثل هذا الدور. ويمكن إدراج الأصدقاء والأقارب والجيران وقادة الرأي تحت هذا النوع.

وكلا النوعين من المصادر يلعب دوراً هاماً في التأثير على تقبل الفرد، أو تبني أي فكرة مستحدثة.

٢- الرسالة "Message"

الرسالة هي المنبه الذي ينقله المصدر إلى المستقبل، وهي أساس عملية الاتصال كلها، وهي الفكرة التي تنقل إلى مستقبل الرسالة.

والمعاني "Meanings" هي معلومات (آراء وصور وأفكار) يعبر عنها في شكل رموز.

وحتى يتم الاتصال ، لابد أن يكون لدي المصدر المستقل درجة ولو قليلة من الخبرات السابقة وأن يكون هناك مستوى ما من التشابه ومستوى من المعاني المشتركة. ويمكن القول أنه يصعب ، عادة ، وجود شخصان لهما بالضبط نفس الخبرات (٢) . ومن ثم ، فإن رموز الرسالة لها معاني مختلفة نوعاً ما عند المستقبل

---

(1) Kar, 1975 op. cit., p. 26.
(2) Schramm, 1961 , op. cit., p.4.

والمصدر . وفضلا عن هذا . ويرجع الفشل فى التوصيل ، فى كثير من الاحوال إلى افترضات خاطئة من جانب المصدر والمستقبل حول مطابقة معنى الرموز التى يتبادلانها (١) .

والمعانى نسبية وذاتية.. وقد دعت هذه الحقيقة بيرلو "Berlo" إلى أن يقول أن المعانى فى الناس وليست فى الرسالة (٢). وقد قصد بذلك أن الكلمات لا معنى لها فى حد ذاتها، وأن هذه المعانى لا يدركها إلا المصدر والمستقبل وحدهما.

والمضمون الرمزى للرسائل يحوى معلومات تعرف على أنها تغيير فى إحتمال أن يكون هناك اختيار معين سيتم على موقف معلوم.

وهناك خصائص متعددة للرسالة التي تؤثر فى عملية الاتصال نذكر منها:

حجم الاتصال – تكرار الاتصال.

(أ) حجم الاتصال :

يعرف الاتصال أنه الحجم الإجمالى للمعلومات ومجال المضمون الذى تغطيه هذه المعلومات. وحجم الاتصال الذى يتلقاه الفرد يمكن أن يؤثر على وقع إتصال ما عليه. هذا والمعلومات القليلة جداً قد لا تجيب على أسئلة المستقبل، كما أنها من الممكن أن تؤثر على رفض علم مقترح. وعلى العكس من ذلك، فإن المعلومات الكثيرة قد لا تكون مترابطة بصورة كافية فى الجهاز الإدراكى للمستقبل بل وقد تعمل على بلبلته (٣).

---

(1) Berlo, 1960, op. cit., pp. 169-216.
Schramm, 1961. op. cit., p. 7.
(2) Berlo, 1960. op. cit., p. 214.
(3) Kar op. cit., 1975 p. 32.

وقد ألقى واضعوا نظريات التعلم بعض الضوء على مقدار المعلومات المحتجزة مع مضى الزمن (١). وهناك تعميم يمكن أن يطرح وهو أن الأفراد يميلون إلى نسيان غالبية تفاصيل إتصال ما. والنتيجة الخالصة هى الاحتفاظ بقدر محدود من المعلومات التى تنتظم فى صورة قصيرة ومختصرة. ويؤكد أولبورت وبوستمان "Allport and Postman" فى دراستهما أن هذه الموازنة "Leveling"أو اختصار التفاصيل هى من الناحية النفسية عملية مستهدفة وليست عملية عشوائية. وأما إذا كانت هناك أجزاء من اتصال معين تحظى باهتمام خاص عند فرد من الأفراد وتتفق مع توقعاته فإنها لا تخضع للموازنة، أى أن الفرد يحصل منها على تفاصيل أكثر.

وبالإضافة إلى الموازنة تحدث أيضاً عملية التركيز (إبراز) "Sharpening" أو التأكيد الانتقائى على احتجاز عدد محدود من التفاصيل. وكما هو الحال مع الموازنة، فإن التركيز ليس بالعملية العشوائية أيضاً، فالكلمات أو العبارات غير العادية أو التى تسترعى الانتباه تميل إلى التركيز.

وفى عملية التركيز نجد أن ذكر الأرقام المتعلقة بموضوع معين تجعلنا نتذكر مضمون هذا الموضوع بتركيز ووضوح بدرجة أكبر فيما لو لم نذكرها.

إن عمليتى الموازنة والتركيز متغيران هامان يؤثران على الوقع النهائى لاتصال معين على مستقبل مستقل تمام الاستقلال عن الدور الذى تلعبه الوسيلة سواء كانت هذه الوسيلة من وسائل الإعلام الجماهيرية أو من الاتصال المباشر بين الأفراد.

---

(1) - Gordon Allport and Leo Postman, **The Psychology of Rumor**, New York;Holt, Rinehart and Winston, 1947.
- Gordon Allport and Leo Postman, - "The basic psychology of Rumor" in Schramm, (eds) 1961, op. cit., pp. 141-155.

(ب) تكرار الاتصال "Frequency of Communication" :

إن التكرار الذى تعرض به رسالة معينة، أو نوع من الرسائل، يحدد أيضاً فاعلية الاتصال. والمعتقد هو أن التكرار المألوف لرسالة معينة يعد أسلوباً فنياً (تكنيكياً) ناجحاً للإقناع فى نظر كثير من خبراء الإعلانات [1]. ومع ذلك فإن «كلابر» يؤكد - كما نستخلص من نقده لحملات الإقناع الأكثر نجاحاً - أن تكرار نفس الرسالة قد يثير فقط سخط الجمهور، ولكن التكرار مع بعض التغيير فى الرسالة يعتبر تكنيكاً أكثر فاعلية. وتغيير مضمون الرسالة يخدم الغرض فى تذكرة المستقبل بالموضوع العام الذى يمكن أن يمس احتياجات ورغبات الفرد التى تتفاعل داخله[2].

وباختصار فإن التعرض المتكرر للإتصالات المتنوعة يدعم الاتجاه نحو سلوك معين إلى من هم ميالون لذلك الاتجاه.

٢ - الوسيلة : (القناة Channel)

ويمكن تعريف الوسيلة أو القناة بأنها الوسيلة التى تنقل خلالها رسالة ما من مصدر إلى مستقبل. وتضم هذه الرسالة، عادة، فئتين:

(أ) الاتصال الجماهيرى.

(ب) الاتصال المباشر.

وسنحاول فيما يلى أن نبين المتغيرات الهامة فى كل منها:

---

(1) Donald Cox, "Clues of Advertising Strategists," in Lewis Dexter and David White (eds) **People, Society and Mass Communication,** London, The Free Press of Glencoe, 1964, pp. 359 - 393.

(2) Joseph Klapper, "Mass Media and Persuasion", in Wilbur Schramm, 1961, op. cit., pp. 289 - 320.

أ- الاتصال الجماهيري *Mass Communication* :

يهم أن نوضح أن الاتصال البشرى بأكمله ليس هو مجال دراستنا فهو مجال واسع، إذ أنه يمتد ابتداء من الأساليب التى تنقل بها الرسائل فى المجتمعات البشرية بطريقة أولية متدرجة إلى أكثر الوسائل الأليكترونية تعقيداً. ومن ثم فإننا اخترنا جزءاً يسيراً - من الاتصال - له أهميته، وهو الجزء المتعلق بالاتصال الجماهيرى، وفقاً لما أوضحناه فى أول الكتاب.

ويعرف الاتصال الجماهيرى على أنه عملية يوجه عن طريقها الاتصال، فى وقت واحد، إلى مجموعات واسعة وغير متجانسة من الناس وبشكل جماهيرى.

وتوصف أية وسيلة إعلامية يمكن استخدامها لمثل هذا الغرض بأنها وسيلة إتصال جماهيرية [1]. ومن بعض هذه الوسائل الراديو والتليفزيون والسينما والصحف والكتيبات والملصقات وغيرها من المطبوعات. وتبعاً لطبيعة هذه الوسائل الإعلامية فإنه كثيراً ما يشار إليها على أنها وسائل إعلامية ذات إتجاه واحد أى تؤدى الاتصال من جانب احد.

وهناك شرط أساسى للتعرض للوسيلة الإعلامية هو ضرورة إتاحة "Availability" هذه الوسيلة الإعلامية [2]. وكما هو متوقع، يلاحظ أن أعظم تركيز لوسائل الإعلام الجماهيرية يكون عادة لدى الدول الصناعية الأكثر تقدماً، وكذلك بين الطبقات الاجتماعية المميزة، ومن ثم، فإن الوسائل الإعلامية المختارة قد تحدد إلى حد كبير التعرض المحتمل وتوجه للرسالة. والافتقار النسبى لسهولة الوصول إلى وسائل الإعلام الجماهيرية فى البلدان الأقل تقدماً وفى الطبقات الاجتماعية غير المميزة، يقف عقبة خطيرة فى اتساع انتشار فاعلية استخدام هذه الوسائل الإعلامية.

---

(1) Wright, 1959, op. cit., p. 7.

(2)- Schramm, 1961, op. cit., pp. 74-75.

- Elihu Katz, and Paul lazarsfeld, **Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communication.** Glencoe III; The Free Press, 1955, op. cit., p. 21.

كذلك فإن معرفة القراءة والكتابة "Literacy" عامل هام أيضاً يؤثر على فاعلية استخدام بعض وسائل الإعلام الجماهيرية. هذا ويلاحظ أن نسبة معرفة القراءة والكتابة لدى كثير من شعوب العالم هى نسبة منخفضة بصورة ملموسة. وفضلا عن هذا فإن معرفة القراءة والكتابة تختلف اختلافاً بيناً وفقاً للطبقة الاجتماعية والجنس، والعنصر، ومحل الإقامة - الحضر أو الريف .

أما الاتصال المطبوع أو المكتوب فإن فائدته محدودة جداً فى معظم المجتمعات الريفية فى البلدان الأقل تقدماً (١).

وهناك متغير ثالث له خطورته يجب أن يؤخذ فى الاعتبار وهو التعرض المتباين "Differential exposure" لكل وسيلة على حدة.

ومن بين مختلف الدراسات يبرز خط واحد عام هو أن الراديو يتجه إلى أن يكون له الوقع الأكبر والدور الأكبر، خاصة فى الشعوب النامية. وغالباً ما تكون قراءة الصحف هى الوسيلة الإعلامية التى تلى الراديو من حيث سعة الانتشار. وأما الأفلام والكتب فيجىء ترتيبها، إلى حد ما بعدهما (٢). وفى بعض البلدان الأقل نمواً يصبح التليفزيون تدريجياً وسيلة إعلامية قوية من وسائل الإعلام الجماهيرية. غير أن بعض الدول لا تدرك أحيانا فعالية هذه الوسيلة فى التنمية - وهذا مرده أساساً إلى قلة الدراسات الدقيقة فى هذا المجال.

وهناك أنماط عامة أخرى جديرة بالملاحظة فى هذا الصدد:

(أ) يتجه، عادة، استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية إلى الزيادة مع ازدياد التعليم والحالة الاقتصادية.

(ب) إن الشخص الذى يستخدم وسيلة من وسائل الإعلام الجماهيرية أكثر من المعتاد قد يستخدم وسائل الإعلام الأخرى فوق المعدل المعتاد أيضاً .

---

(1) Kar, 1975, op. cit., p 29.
(2) United Nations Statistical Yearbook 1970, New York: United Nations, 22nd Issue 1971, pp. 794 -795 and pp. 802 - 806.

(جـ) يتجه، عادة، استخدام الوسائل الإعلامية إلى الزيادة مع التقدم فى العمر (على الأقل حتى بلوغ منتصف العمر). واستثناء من هذا التعميم هو التردد على دور السينما الذى قد يقل بعد سنوات البلوغ.

(د) سكان الحضر أكثر استخداماً للوسائل الإعلامية عن نظائرهم، فى السن والتعليم والجنس، من سكان الريف(١).

والمناقشة السابقة عن وجود وسيلة إعلامية، ومعرفة القراءة والكتابة، والتعرض المتعدد المتباين، والتنوع الواسع فى استخدام وسائل الإعلام الجماهيرية، تدل على أهمية الانتقاء الدقيق لوسائل الإعلام الذى يجب أن يتم على ضوء معرفة قدرة الوسائل الإعلامية المختلفة على التأثير على الجماهير المستهدفة.

نظرية حارس البوابة "*Gatekeeper*":

يتألف الاتصال الجماهيرى داخل المجتمع من شبكات معقدة وتسلسلات طويلة من المرسلين والمستقبلين. وليست هناك خاصية أكثر تمييزاً للاتصال العصرى من تلك التسلسلات الطويلة – مثلا التسلسلات أو الشبكات التى تأتى بالأنباء عبر العالم وهناك خاصية بالغة الأهمية تتميز بها هذه التسلسلات وهى أن كل شخص فى هذا التسلسل باستثناء الأول والأخير هو حارس البوابة الإعلامية (٢). وأول من استخدام هذا التعبير هو لوين "lewin" الذى أسهم فى علم النفس الاجتماعى(٣). وتعد وسائل الإعلام الجماهيرية من بين حراس البوابات الرئيسية فى سريان المعلومات فى المجتمع. وفى إمكان حارس البوابة أن ينقل الرسالة أو لا ينقلها كيفما شاء. كما يمكنه أن يسقط جزءاً منها أو يضيف شيئاً إليها. ولذلك فهو يتمتع بسلطة قوية على الرسالة وعلى معلومات كل من يأتى بعده فى التسلسل. وإذا أخذنا فى

(1) Schramm, 1961, op. cit., pp. 82 - 83 .

(2) - Wilbur Schramm, (eb), **Mass Communication** (2nd ed) Urbana Ill., University of Illinois press, 1960, pp. 175-177.
- Wilbur Schramm, 1973, op. cit., p. 14.

(3) Kurt Lewin, "Channels of Group Life" **Human Relations**, Vol. 1, No. 2. 1941 , p. 145.

اعتبارنا عدد حراس البوابات الإعلامية الذين يتدخلون مثلا بين نبأ عن حادث في آسيا إلى أن ينشر في جريدة ما على الجانب الآخر من العالم سوف نندهش من عدد الأخطاء أو الحذف الذي يحدث عليه (١).

إذن فإن حارس البوابة – بحكم منصبه – يسيطر على المعلومات المتاحة له فهو يسيطر على ما نقرأ ونسمع داخل البلاد كما أن له تأثير في الاتصال الدولي مما يساعدنا في تحديد وجهة نظرنا عن هذا العالم.

ولقد أجريت دراسات قليلة على هؤلاء الحراس، كما أجريت دراسات على أصحاب القدرة على التأثير بالنسبة لغيرهم من الناس. وضمن من قام بهذه الدراسات ميرتون "Merton" الذي قام بدراسة ميز فيها بين المواطنين المنفتحين على العالم "Cosmopolitans" والمتخصصين في الإعلام من خارج المجتمع، وبين المحليين المتخصصين في المعرفة والاتصالات داخل المجتمع (٢).

ويلعب حراس البوابات بصورة واضحة، دوراً من أكثر الأدوار أهمية في الاتصال الاجتماعي.

(ب) الاتصال المباشر Interpersonal Communication:

يمكن أن نعرف الاتصال بين الأفراد بأنه عملية يشترك فيها القائم بالاتصال والمرسل إليه وجهاً لوجه. ومن أمثلة ذلك: اللقاءات الجماعية والاستشارات التي تعقب اللقاءات والمقابلات، والحلقات الدراسية، والمؤتمرات، والمحادثات اليومية بين الأفراد. واستخدام هذه الوسائل المباشرة يتميز بأنه اتصال عبر طريق له اتجاهين "Two way communication" وله رجع صدى سريع. ولهذا أهمية خاصة في

---

(1) David White, - "The Gatekeeper : A Case Study in the Selection of News", in Dexter and White, 1964, op. pp. 160 - 172.

(2) Robert merton, Social Theory and Social Structure, New York, The Free Press, 1957.

التأكد من ضمان فهم الاتصال، وفى اكتشاف وجود عوائق فى الاتصال من عدمه، وفى تحليل الدوافع المتصارعة التى لها علاقة بتبنى الأفكار المستحدثة، وتضاف إلى ذلك ميزة أخرى وهى أن الحوار عبر الطريق ذو الاتجاهين "Two way dialogue" يتيح فرصة للمصدر أن يساعد فى السيطرة على العمليات الانتقائية Selectivity processes داخل عقل المستقبل.

ومن ناحية أخرى فإن الاتصال بين الأشخاص سواء أكان فى صورة جماعية أو بين الأفراد، يتضمن فى العادة، حواراً عبر طريق ذى اتجاهين "Two way di- alogue" وبالنسبة للجماعة فإنه يكون أكثر فاعلية فى تغيير الاتجاهات والسلوك عن الاتصال ذى الاتجاه الواحد "One way communication"(١).

وللأغراض التحليلية فإنه غالباً ما يقسم الاتصال الجماهيرى والإتصال بين الأفراد إلى قسمين. ومع ذلك، فإنه فى معظم التكوينات الاجتماعية الطبيعية نادراً ما يكون أحد هذين النوعين من الاتصال لا وجود له تماماً (بالرغم من أنهما قد يختلفان فى التوقيت، وفى نوع الناس اللذين يؤثران عليهم، وفى نتيجة هذا التأثير). ومن ثم، فإن التفاعل بين هذين النوعين من الاتصال ووقعهما النسبى - وليس تأثيرات أى منهما فى حالة عدم وجود الآخر كلية - هو المجال الأكثر ملاءمة لدراستنا هنا. والوقع النسبى إلى جانب طبيعة التفاعل بين هذين النوعين من الاتصال كانا مجالا رئيسياً للبحث من جانب الذين يهتمون بعملية التغيير الاجتماعى.

---

(1) - Kurt lewin, "Forces behind Food Habits and Methods of Change", **Bulletin of the National Research Council**, No. 108, 1943, pp. 35-65.

- Beryl Roberts et al., "An Experimental Study of Two Approaches to Communication", **American Journal of Public Health**, Vol. 53, No. 9, Sept. 1963, pp. 1361 - 1381.

- Donald Bogue (ed) **Mass Communication and Motivation for Birth Control**, Chicago : Community and Family Study Center, University of Chicago, 1967.

وقد كشفت إحدى الدراسات الرائدة والتقليدية فى هذا المجال[1] إنه عند مقارنة وسيلة الاتصال الإعلامى بالاتصال المباشر نجد أن هذا الأخير له أثر أكبر بين الأفراد، وخاصة فى التأثير على الآراء السياسية وفى الآراء عند الانتخابات. وقد أدت هذه الدراسة، ودراسات مماثلة إلى الاتفاق على أنه فى الوقت الذى قد تكون فيه وسائل الإعلام أكثر فاعلية فى نشر المعلومة إلى عدد كبير من الناس، نجد أن الاتصال الشخصى بين الأفراد أكثر فاعلية فى التأثير على الاتجاهات والرأى والسلوك.

الخصائص المميزة للإتصال المباشر :

إن بحوث الاتصال تؤيد الحقيقة القائلة بأنه فى علمية اتخاذ القرار يبدو الاتصال المباشر مؤثراً قوياً نحو التغيير أكثر مما تستطيع وسائل الإعلام وذلك عندما يتواجد كلا التأثيرين معاً. ولكن لماذا يعتبر الاتصال المباشر وسيلة إقناع أكثر فاعلية من وسائل الإعلام؟.. فى دراسة عن السلوك الانتخابى انتهى لازرسفيلد "Lazarsfeld" وآخرون، إلى خمس خصائص تميز الاتصال المباشر قد تجعله أكثر فاعلية[1] هى:

١- الاتصالات المباشرة عارضة أكثر من وسائل الإعلام وتبدو أقل هادفة منها وهى أصعب فى تفاديها من وسائل الإعلام. ومعظم الناس يميلون بشدة إلى انتقاء وسائل الإعلام وتجنب المواد التى قد تكون مثيرة أو غير متفقة أو متعارضة مع آرائهم الخاصة. ولكن فى الاتصال المباشر يقل احتمال توقع الناس لمحتواه مما يؤدى إلى صعوبة تفاديه.

٢ - كثير من الناس يميلون إلى الثقة فى آراء ووجهات نظر الأشخاص الذين يعرفونهم ويعجبون بهم ويحترمونهم أكثر من ثقتهم فى مصادر وسائل الإعلام.

---

(1) Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson and Hazel Gaudet, The People's Choice, New York, Columbia Universitv Press, 1948.
(2) Katz and Lazarsfeld, 1955, op. cit. p. 185.

٣- يؤثر الاتصال المباشر فى الناس، ليس فقط من خلال ما يقال وإنما أيضاً من خلال الرقابة الشخصية حيث تكون أهمية المصدر مثل أهمية المحتوى نفسه. وقد ذكر لازرسفيلد بأن الناس يستطيعون جذب بعضهم البعض إلى أنشطة متنوعة نتيجة لعلاقاتهم الشخصية، وعلى ذلك فإن تأثيرهم يذهب إلى أبعد من محتوى اتصالهم. وكذلك فإن العلاقة الشخصية تستطيع، أحياناً، أن تؤدى إلى حصول الفرد على مكافآت نتيجة لقبوله رسالة معينة أو تؤدى إلى العكس بأن تزيد من العقوبات التى قد تلحق به نتيجة عدم قبوله الرسالة.

٤ – توجد مرونة أكثر فى الاتصال المباشر، فعندما يلقى المرسل مقاومة من المستقبلين فإنه يغير اتجاه المناقشة ليتمشى مع ردود أفعالهم فيستطيع التأثير فيهم.

٥- من خلال الاتصال وجهاً لوجه يستطيع المرسل، أحياناً، أن يحقق هدفه بدون أن يقنع المستقبل بوجهة نظره وذلك إذا كانت له (المرسل) مكانه عند المستقبل.

نظرية سريان الاتصال على مرحلتين

فى القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين اعتقد الباحثون الأوائل فى الاتصال الجماهيرى أن وسائل الإعلام أدوات قوية فى التأثير على اتجاهات الأفراد وسلوكهم، حيث كان لوسائل الإعلام تأثير قوى فى نشر دعايات الحرب بصفة خاصة. كما كانت للنظريات الاجتماعية والنفسية فى القرنين التاسع عشر والعشرين دور فى تكوين إطار مفاهيم نظرية نموذج الحقنة التى تعطى تحت الجلد "Hypodermic Needle Model" والتى أطلق عليها أيضاً نظرية نموذج التأثير المباشر "Direct Effects" لوسائل الإعلام.

وتتضمن نموذج الحقنة التى تعطى تحت الجلد أن رسائل وسائل الإعلام هي المثير الذى يحرك العواطف الداخلية والحوافز والدوافع التى تكون سيطرة الفرد الإرادية عليها قليلة أو ضعيفة. وبسبب وحدة تلك الدوافع الموروثة فقد كان من المعتقد أن كل إنسان يستجيب بصورة موحدة لرسائل وسائل الاعلام التى تثير فيه

الحواجز الكامنة والعواطف. كما كان الاعتقاد السائد أيضاً أن الفرد معزول نفسياً عن المجتمع، ولذلك فلم يؤخذ فى الاعتبار أن الرقابة الاجتماعية عامل مهم فى إستجابة الفرد لوسائل الإعلام.

بعض نواحي القصور في نظرية الاتصال المباشر :

لقد أصبح نموذج سريان المعلومات على مرحلتين نظرية مثمرة فى بحوث الاتصال. وهذه النظرية ساعدت على تركيز الانتباه على دور وسائل الإعلام والاتصال المباشر. وبالرغم من ميزات هذا النموذج وأهميته، إلا أنه يشوبه بعض القصور كما يلى:

١ - تجاهل النموذج حقية هامة وهى أن قدرا كبيرا من المعلومات يسرى مباشرة من وسائل الإعلام إلى الجماهير بأكثر مما يسرى عن طريق الوسطاء. ولقد وجد كل من هاريك والخطيب وشاهيناز طلعت فى دراساتهم (١) فى قرى مصرية مختلفة أنه كلما زاد التعرض لوسائل الإعلام كلما كان الحصول على المعلومات مباشراً. وبكلمات أخرى فإن دور الوسطاء فى نشر المعلومات قد يقل كلما زاد التعرض لوسائل الإعلام.

٢- لا يوجد تمييز واضح بين مسألة التأثير على الآخرين فى اتخاذ القرار وأنماط نشر المعلومات. وفى هذا الخصوص فقد ذكر كاتز "Katz" أنه ربما تصل التأثيرات الناشئة عن وسائل الإعلام أولا لقادة الرأى الذين ينقلون بدورهم ما قرأوه أو سمعوه إلى رفاقهم الدائمين الذين يؤثرون فيهم. وبهذه الصورة فإن الافتراض يوحى بأن قادة الرأى يخبرون بعض الأفراد ولكنه لا ينكر إمكانية حصول غالبية الجماهير على المعلومات مباشرة من وسائل الإعلام. وعلى ذلك فإن مسألة التأثير على الآخرين فى اتخاذ القرار ينبغى أن تكون واضحة ومميزة عن مسألة نشر المعلومات.

٣- ينسب النموذج طبيعة نشطة لقادة الرأى فى البحث عن المعلومات وأخرى سلبية لباقى الجماهير. ويطرح روجرز "Rogers" تأملا أدق للحقيقة يمكن أن يكون

(١) أنظر الباب الثانى من هذا الكتاب.

نموذجاً يشير إلى أن قادة الرأى قد يكونوا نشيطين أو سلبيين، إذ أنهم فى بعض الأحيان يقصدون أتباعهم لإعطائهم النصيحة، وفى أحيان أخرى يتوجه الاتباع إلى قادة الرأى طلباً للنصيحة، ومن ثم فإن قادة الرأى غالباً يلعبون أدوراً نشطة وسلبية، على السواء، فى الاتصال .

٤- إن القول بأن عملية سريان المعلومات تتكون من مرحلتين فقط هى نظرة غير واقعية فى وصف ما يحدث. قد يتم السريان على مرحلة واحدة أو على مرحلتين أو على عدة مراحل. وقد تكون سلسلة التأثير والمعلومات طويلة بدرجة ملحوظة.

٥- يقسم النموذج المجتمع إلى قسمين: قادة الرأى واتباعهم. بينما ينبغى أن نفهم قيادة الرأى على أنها متغير مستمر. إذ توجد عدة درجات ومستويات لقادة الرأى. فبعضهم قوى ومقبول جداً وبعضهم ليس كذلك. وهؤلاء القادة يتواجدون، تبعاً للمعرفة التى يتوقع وجودها لديهم، بأعمار مختلفة وفى كل مستويات المجتمع ودرجاته، وعلاوة على ذلك فإن كثيراً «من غير القادة» ليسوا أتباعاً للقادة.

٦- كذلك فإن ما قيل عن قادة الرأى من أنهم يتلقون المعلومات من وسائل الإعلام ويمررونها، ثبت أنه مفهوم بدائى. فلقد وجدت مؤشرات تفيد بأن قادة الرأى يحصلون على معلوماتهم من مصادر أخرى غير وسائل الإعلام. ووجد روجرز أن قادة القرى فى الدول النامية، حيث وسائل الإعلام قليلة أو نادرة، يحصلون على معلوماتهم من قنوات أخرى مثل الرحلات الشخصية إلى المدن والمحادثات مع المسئولين عن التغيير، وغيرها. والقنوات التى يعتمد عليها قادة الرأى فى الحصول على المعلومات تتوقف على بعض الاعتبارات مثل طبيعة الرسالة، وأصلها، وموقع قادة الرأى فى النظام الاجتماعى.

٧ – إن الدور التنافسى بين قادة الرأى والاتصال المباشر من ناحية ووسائل الإعلام من ناحية أخرى مرفوض. إذ بينما تخلق وسائل الإعلام الإدراك والمعرفة، فإن الاتصال المباشر يعمل على تبنى القرار وتغيير الاتجاه. إن النموذج الأصلى لسريان الاتصال على مرحلتين لم يبين دور القنوات المختلفة للإتصال فى المراحل المتعددة لعملية اتخاذ القرار بشأن الأفكار المستحدثة. فمثلا يستعمل قادة الرأى

والأتباع قنوات الإعلام في مرحلة المعرفة والإدراك وفي مرحلة التعزيز. بمعنى أن قادة الرأى ليسوا وحدهم الذين يستخدمون وسائل الإعلام، كما تشير بذلك الفقرة الأصلية التى تصف نموذج سريان الاتصال على مرحلتين، وإنما يستخدمها أيضاً الأتباع.

ويمكن أن نخلص مما تقدم أنه يستدل من بعض البحوث عن نشر الأفكار المستحدثة (أو التجارب الجديدة) أن تلك الأفكار والتجارب تنتشر وسط الجماعة من خلال عملية متعددة المراحل [1]، وأن الاتصال الجماهيرى والاتصال الشخصى بين الأفراد يلعبان دورين مختلفين اختلافاً بيناً ولكنهما مكملين لبعضهما البعض. وفضلا عن هذا فإن الدراسات حول انتشار التغييرات [2] تشير إلى أن الذين يتقبلون أى تغيير يمكن أن يدرجوا فى عدة مجموعات وفقاً لتقبلهم التغيير مبكراً أو مؤخراً، وأن كل من يتقبل تجديداً يمر بعملية نفسية متعددة المراحل قبل تبنى أو رفض هذا الجديد. وتوضح الدراسات أكثر من هذا، أن الفئات المتعددة من هؤلاء يختلفون تبعاً لحالاتهم الاجتماعية والاقتصادية والنفسية، وأن وسائل الإعلام والاتصال المباشر يؤثران على مختلف هذه الفئات بدرجات متفاوتة.

وأخيراً، فإنه فى الوقت الذى نجد فيه أوائل المتبنين للأفكار المستحدثة هم الأكثر تأثراً بوسائل الإعلام، نجد الغالبية من بقية فئات المتقبلين للأفكار المستحدثة

---

(1) See Bryce Ryan and Neal Gross, "The Diffusion of Hydrid Seed Corn in Two Iowa Communities", **Rural Sociology** Vol. 8, March 1943, pp. 15 -24.
- James Coleman, Elihu Katz and Herbert Menzel,- "The Diffusion of Innovation among Physicians", **Sociometry**, Vol., 20, No. 53, 1957, pp. 253-270.
- Elihu Katz, "The Social Itinerary of Technical Change: Two Studies on Diffusion of Innovation" ; **Human Organization**, Vol. 20 No. 2, 1961, pp. 70 - 82.
-Rogers and Shoemaker, 1971, op.cit. 205.
Ronald Havelock, **Planning for Innovation**, Ann Arbor, Mich.: The University of Michigan, ISR, 1971.

(2) Rogers and Shoemaker, 1971, op. cit., p. 252
- Rogers, 1973, op. cit., p. 45.

أكثر تأثراً بوسائل الاتصال المباشر بين الأفراد وأنهم أساساً أكثر تأثراً بنظرائهم.

ومن أهم التعميمات التى نتجت عن الدراسات حول التأثير النسبى لوسائل الاتصال الجماهيرية والاتصال المباشر، ومن الدراسات حول انتشار الأفكار المستحدثة، أنه عندما يكون الهدف الأساسى للاتصال هو نشر الخبر الواقعى بين مجموعة كبيرة من الناس بأسرع ما يمكن، فإنه من المتوقع أن تكون وسائل الاتصال الجماهيرية أكثر كفاءة وأثراً، ومن ناحية أخرى إذا كان الهدف الأساسى للاتصال هو تغيير الاتجاهات والآراء والدوافع فإنه من المتوقع أن يكون الاتصال المباشر أكثر كفاءة. وطبقاً لهذا التعميم كان لزاماً على مخطط الاتصال أن ينتقى بعناية واحداً من هذين السبيلين أو كليهما معاً، بحيث يكون هذا الاختيار قائماً على تحديد دقيق للأهداف الأساسية للاتصال ولنوع فئات المستقبلين الذين يوجه إليهم.

هذا ويمكن القول أن الاتصال الجماهيرى يتضمن عمليات كثيرة جداً ولا يمكن التعبير عنه فى جملة واحدة.

٤- خصائص المستقبل

من الضرورى أن نوجه اهتمامنا إلى الخصائص الملائمة للمستقبل باعتبار أنها تؤثر فى وقع الاتصال من أجل التنمية. وهذه الخصائص يمكن أن تنقسم إلى: خصائص ديموجرافية، وخصائص سيكولوجية (نفسية) تتضمن:

التعليم، الوظيفة، الدخل، العمر، التماثل، الدين، العنصر، الحالة الاجتماعية، مشاركة المرأة فى القوى العاملة، محل الإقامة (الحضر أم الريف)، وجود ملكية زراعية من عدمه [(١)].

---

(1) Otis Duncan, "Farm Background and Differential Fertility" **Demography,** Vol. 2, 1965, pp. 240 249.

N.B RYder, and Charles Westoff, **Reproduction in the United States,** 1965, Princeton, N.J.: Princeton University press 1971 pp. 53 - 134.

Charles Westoff, Robert Potter Jr., and Philip Sagi, **Family Growth in Metroplitan America,** Princeton, N.J, Princeton University Press 1961 pp. 163 - 281.

Kingsley Davis **The Population of India and Pakistan,** Princeton, N.J., Princeton University Press 1951, Ch. 10.=

وبالإضافة إلى الخصائص الديموجرافية، فإن المتغيرات السيكولوجية الاجتماعية التي لها دلالتها والتي تؤثر على الاستجابة للإتصال وعلى السلوك تتضمن: الاتجاه نحو الأفكار المستحدثة، أنماط ومستويات التطلعات، الكفاءة، الشعور بالسيادة على البيئة، النظرة إلى المستقبل، التأقلم على القيم السائدة في المجتمع، والتفاؤل الاجتماعي (١).

٥- التأثيرات *Effects*

تأثيرات الاتصال هي التغييرات في سلوك المستقبل التي تحدث نتيجة لنقل الرسالة. ومن ثم، فإننا عندما نتحدث عن «الاتصال الفعال» فإننا نعني الاتصال الذي تنجم عنه تغييرات في سلوك المستقبل كان يقصدها المصدر. وهناك ثلاث تأثيرات رئيسية للإتصال، هي:

١ – تغييرات في معلومات المستقبل.

S.J. Behrman, L. Corsa Jr., and R. Freedman, **Fertility and Family Planning: A world view**, Ann Arbor, Mich : The University of Michigan Press, 1969, Chs. 2, 2, 4, and 5.

(1) - See L. H. Day, and T. Day, **Too Many Children**, Boston, Mass Houghton Mifflin, Riverside Press, 1964.

- C.V. Kiser. and P. K. Whelpton, - "Resume of Indianapolis: Study of Social Psychological Factors Affecting Fertility" **Population Studies**, Vol. 7, No. 2, 1953 pp. 95-110.
- Lee Rainwater, **And the Poor Get Children**, Chicago, Quadrangle Books, 1960.
- Christopher Tietze, (ed) **Biography of Fertility Control 1950 - 1965**,New York : National Committee for Maternal Health, 1965.
- Snehendu Kar, "Individual Aspiration as Related to Early and late acceptance of Contraceptives", **The Journal of Social Psychology**, Vol. 83, 1971, pp. 84 - 102.
- Rogers, 1973 op. cit.
- James Fawcett, **Psychology and Population**, New York: The Population Council, 1970.

٢ – تغييرات في اتجاهات المستقبل، توصف بأنها التنظيم الدائم نسبياً لما يعتقده الفرد، وهو ما نقصد به السلوك الكامن، أي الاتجاه الذي يمكن أن ينبئنا بالأعمال التي سيقوم بها الفرد في المستقبل، ولكن ذلك لا يحدث دائماً (١).

٣- تغييرات في السلوك العلني للمستقبل، مثل إعطاء صوته في الانتخابات وشرائه للمنتجات، واستخدامه لوسائل منع الحمل... إلخ.

هذه التغيرات الثلاث غالباً ما تحدث متتالية. بمعنى، أن تغييراً في المعلومات غالباً ما يسبق تغييراً في الاتجاهات، والذي يسبق بدوره تغييرا في السلوك (٢).

والغرض من الاتصال كما سبق أن ذكرنا هو تمهيد السبيل للتأثير في المستقبلين الذين تقصدهم المصادر. كما أن غالبيه أبحاث الاتصال التي قام بها علماء الاجتماع كان الغرض منها، في معظم الاحوال، دراسة تأثيرات الاتصال المؤدية إلى إتصال من المحتمل أن يكون أكثر فاعلية. وهذا لون من التقارب الذي يكون فيه عنصر (أو أكثر) من عناصر عملية الإتصال متحكماً حتى يمهد السبيل لتأثيرات أعظم.

ونورد فيما يلي بعض الأمثلة في صورة توصيات عن الاتصال الأكثر فاعلية، خاصة إذا كان قصد المصدر هو تغيير الاتجاهات:

(أ) تأثيرات رسالة ذات وجهة نظر واحدة مقابل رسالة ذات وجهتين :

توضح الرسالة ذات الوجهة الواحدة للمستقبل طلب المصدر، في حين أن الرسالة ذات الوجهتين توضح طلب المصدر وتعرفه أيضاً بالمواقف المعارضة عن الموضوع(٣). وعرض رسالة من وجهتين له أهمية خاصة عندما يكون المستقبلون:

١- معارضين من البداية للموقف المطلوب تأييده.

---

(1) Milton, Rodeach **Beliefs. Attitudes and Values**, San Fransisco : Jossey Bass, 1968.

(2) Rogers, 1973, op. cit., p. 49.

(3) - Wolfang Koehler, Effects on Audience Opinion of Onesided and Two-Sided Speeches Supporting and Opposing a Propo-sition" in Thomas Beisecker and Donn Parson, **The Process of Social Influence**, New Jersey, Prentice Hall Inc. 1972, pp. 351-368.

- Carl Hovland, Arthur Lumsdaine, and Fred Sheffield, "The Effect =

٢- مثقفين ثقافة عالية أو إخصائيين بالنسبة للموضوع.

٣ - من المحتمل أن يتعرضوا لدعاية مضادة بعد ذلك (١).

(ب) تأثيرات أثارة الخوف :

تعرض رسالة اثارة الخوف النتائج الضارة التى قد يتعرض لها المستقبل إذا لم يذعن لتوصيات المصدر. وفى بعض الظروف يكون للرسالة التى تثير الخوف والتوتر بدرجة شديدة تأثيراً كبيراً عن الرسالة التى تثير الخوف بدرجة معتدلة، وخاصة:

١- إذا كان المصدر من ذوى الثقة العالية.

٢ - إذا كانت الرسالة مدعمة بالحقائق تدعيما قوياً.

٣ - إذا كانت تهدد أمن المقربين إلى المستقبل (مثل أحد أفراد الأسرة) أكثر مما تهدد المستقبل نفسه (٢).

ومع ذلك فإن استخدام إثارات الخوف من جانب المصدر هو فى الواقع نوع من أنواع اللعب بالنار. إن الإثارة الانفعالية عن المستقبل قد تسبب إغفال مضمون الرسالة، كما أن عدم الرضى بالرسالة المثيرة للخوف قد يسبب عداء تجاه المصدر أو الرسالة. ومن الخطورة بوجه عام إستخدام تأثيرات الخوف فى مضمون رسائل الإقناع.

---

of Presenting. "One-Side" versus Both Sides" in Changing Opinion on a Controversial Subject" in Wilbur Schramm, 1961, op. cit., pp. 261-274.

(1) Carl Hovland, Irving Janis and Harold Kelly. **Communication and Persuasion**, New Haven, Yale University Press, 1970 p. 110.

(2) Hovland, Janis and kelly, 1970, op. cit., pp. 56-98.

- Irving Janis, "Effects of Fear Arousal on Attitude Change:Recent Development Theory and Experimental Research" in Beisecker, 1972, op. cit., pp. 271-276.

(جـ) تأثيرات بيان النتيجة :

أجرى هوفلاند، ومانديل "Hovland and Mandell" تجربة عن تأثير الرسالة على المستقبل فى حالتين: إذا ذكرت النتيجة فى الرسالة وإذا لم تذكر. ووجهت رسالة متماثلة لمجموعتين من المستقبلين (١).

واكتشف الباحثان أنه عندما كانت النتيجة المحددة واضحة، قام أكثر من ضعف عدد المستمعين بتغيير رأيهم فى الإتجاه الذى يوصى به القائم بالاتصال. ومع ذلك، فإن مسألة تحديد النتيجة فى الرسالة قد لا تكون دائماً ذات تأثير أقوى طالما أن هناك عدد من العوامل التى قد تؤثر فى تغيير الاتجاه (٢).

ومن هذه العوامل ما يلى:

(أ) الثقة فى المصدر.

(ب) الذكاء ونوع الشخصية ومدى إدراك الجمهور للموضوع.

(جـ) درجة تعقيد الموضوع.

(د) الوضوح الذى ترسم به النتيجة.

وقد أوضحنا فيما تقدم دور الثقة فى المصدر. أما عن الذكاء، فقد اكتشف تسلثويت وآخرون "Thistlethwaite" أن الذكاء دور فى فاعلية تحديد النتيجة على التغيير (٣). وقد أوضحت بياناتهم أن أفراد الجمهور الأقل ذكاء يظهرون تغييراً أكبر

---

(1) Carl Hovland and Wallace Mandel, "An Experimental Comparison of Conclusion-Drawing by the Communicator and by the Audience."Journal of Abnormal and Social Psycholgy, Vol. 47, 1952, pp. 581-588.

(2) Hovland, Janis and Kelly 1970, op. cit., pp. 103-104.

(3) Donald Thistlethwaite, Henry de Haan and Joseph Kamenetsky, "The Effects of Directive and Nondirective Communication Procedures on Attitudes" Journal of Abnormal and Social Psychology, Vol. 51, 1955, pp. 107-113.

فى الرأى، عندما تكون النتائج المحددة واضحة، عما يفعله أمثالهم ممن يفوقونهم ذكاءاً. ولم يكن فى استطاعة الأبحاث التى جاءت بعد ذلك أن تؤكد هذه النتيجة فيما يتصل بدور الذكاء. وقد أشار باحثون آخرون فى محاولة لتفسير هذه النتائج المتضاربة.، إلى أنه ربما كان تعقد موضوع ما هو أيضاً عامل له أهميته فى التأثير على فاعلية تحديد نتيجة ما (١).

(د) تأثير أثارات الاتفاق مقابل أثارات الخلاف :

تقرر نظرية فيستنجر "Festinger" عن الخلاف الإدراكى، أنه إذا كان هناك عنصران متضادان فى جهاز إدراكى، لابد وأن يحدث توتر أو قلق (٢). وفى مثل هذا الموقف يحاول الشخص أن يستعيد التوازن ويحسم النزاع عن طريق تغيير عنصر أو كلا عنصرى الإدراك المتنازعين. ويشير فيستنجر إلى هناك طرق ثلاث للإقلال من الخلاف وهى:

(أ) إما أن يتم تغيير فى عنصر أو أكثر من العناصر التى بينها خلاف.

(ب) أو أن يتم إضافة عناصر إدراكية جديدة متفقة مع أحد الإدراكين الموجودين فعلا.

(جـ) وإما أن يقلل المصدر من أهمية العناصر المشتركة فى علاقة الخلاف.

ولنأخذ تنظيم الأسرة كمثال. فرسائل تنظيم الأسرة قد خططت تخطيطاً تقليدياً بطريقة يقصد منها زيادة القوى الإيجابية أو تأكيد المنافع الإيجابية من الأسرة الصغيرة. وتظهر أسئلة هامة هنا: "هل يؤدى تنظيم الأسرة إلى وجود هذا الخلاف فى الجهاز الإدراكى؟"، "هل يساعد تنظيم الأسرة على حسم خلاف قائم فى الجهاز الإدراكى؟" . ويشير برهم "Brehm" إلى أنه إذا كانت المعرفة الأصلية والمعرفة التى أدخلت حديثاً فى علاقة خلاف، إذا كانت كلتاهما فى مقاومة شديدة

---

(1) Hovland, 1970, op. cit., p. 104.

(2) Leon Festinger, A Theory of Cognitive Dissonance, Evanston Ill. : Row Peterson, 1957.

التغيير، فقد يقل الفرد من الخلاف بإضافة عناصر إلى جهازه الإدراكى ليدعم وضعه الأصلى. ومن ثم فإنه فى هذه الحالة، قد يؤدى إدخال معلومات معارضة لفكرة تنظيم الأسرة إلى الجهاز الإدراكى للفرد إلى نتيجة عكسية بسبب إقامة حصون سيكولوجية لدعم الاتجاهات الأصلية عند المتلقى(١).

٦- رجع الصدى Feedack

رجع الصدى هو رد المستقبل لرسالة المصدر، الذى قد يستخدمه- المصدر - فيما بعد لتعدل رسالته التالية. ومن ثم فإن رجع الصدى ماهو إلا رسالة من نوع خاص تتعلق بتأثير رسالة سابقة (من المصدر إلى المستقبل) (٢). ومن وجهة نظر المصدر قد يفهم رجع الصدى على أنه رسالة تحمل "معرفة عن فاعلية الاتصال". ورجع الصدى سبيل للنظر إلى المصدر على أنه مستقبل، وهو يؤكد عملية التبادل فى الاتصال الفعال.

وهناك نوعان من رجع الصدى، يهتمان بالتأثيرات الإيجابية والسلبية للرسالة وهما:

رجع الصدى الايجابى "Positive feedback" : ويؤكد للمصدر أن التأثير المقصود من الرسالة قد تحقق. وفى الواقع فإن رجع الصدى هذا يحيط المصدر علماً، بأن كل شىء يسير على ما يرام(٣).

---

(1) Jack Brehm, Exploration in Cognitive Dissonance, New York: John Wiley and Sons, Lnc., 1962.

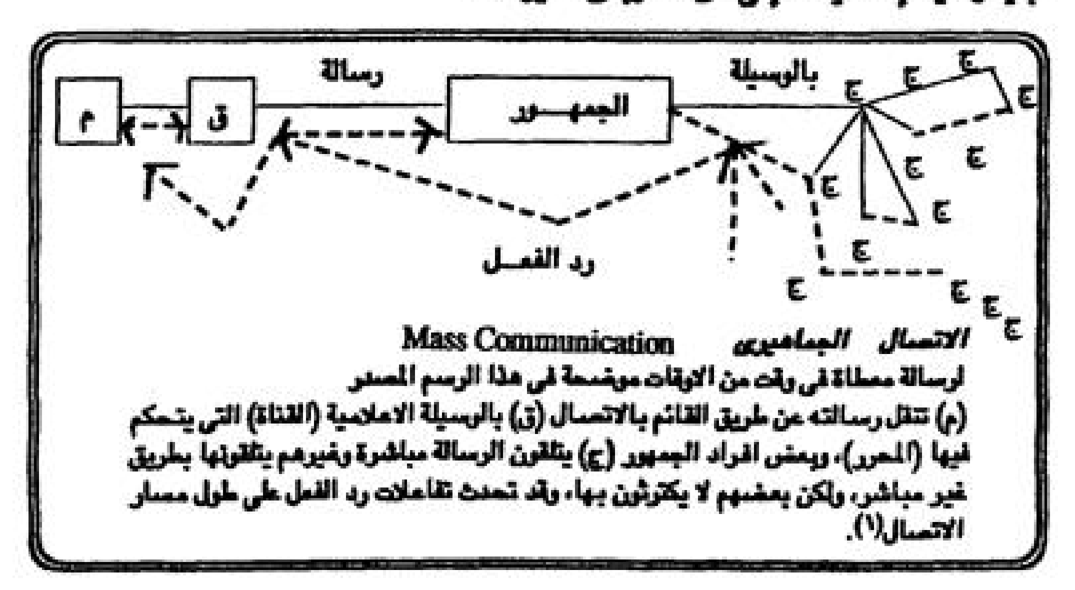
(2) - Hovland, op. cit., 1970, p. 19 - 55.
- Carl Hovland and Walter Weiss "The Influence of Source Credibility on Communication Effectiveness" in Schramm, 1961, op. cit., pp. 275 - 288.
- Schramm, op. cit., 1973 pp. 50 - 51.

(3) Rogers, 1973, op. cit., p. 51.

وأمـا رجع الصـدى السـلبى "Negative feedback" فيحيط المصدر علماً بأن التأثير المقصود للرسالة السابقة لم يتحقق. وبهذه الصورة فإن رجع الصدى السلبي يكون ممزقاً، وهو يؤدى إلى التغيير بين العناصر فى عملية الاتصـال. ويجب أن يحدث تعديل فى هذه العناصـر إذا أراد المصـدر أن يضـمن حدوث التأثيرات المطلوبة على المستقبل .

وينتقل رجع الصدى من المتلقى إلى المصدر، وعن طريق أفراد من الجمهور إلى المحرر، أو إلى المعلق أو إلى مصدر الخبر، وعن طريق أشخاص مختلفين من بين الجمهور بعضـهم لبعض. وواضح أن رجع الصدى يحدث بدرجة أكبر وأكثر وضوحاً فى الاتصـال المباشـر عنه فى الاتصـال بوسـائل الإعلام، ومن ثم، فـهناك فرصـة أفضل لتوصيل رسالة مقنعة وجهاً لوجه. ولكن القائم بالإتصال الذى لديه علم بردود فعل رجع الصدى "Feedback Reaction" فى الاتصال بالجماهير ويحركها، قد يرفع من شأن قبول رسائله .

وكل مـا ذكرناه عن عملية الاتصـال يتخلص فى هذه الأسئلة: من يقول ماذا؟ بأية وسيلة إعلامية..؟ إلى من؟... وبأى تأثير ؟؟..



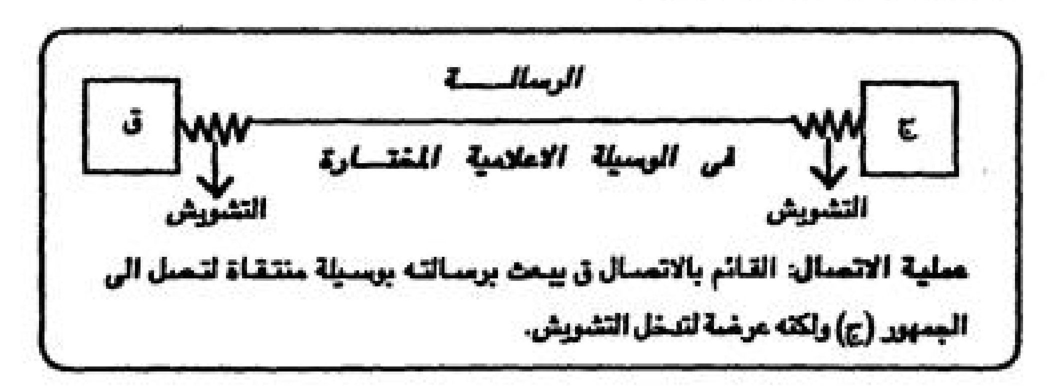
شكل رقم (٤) عناصر الاتصال الجماهيرى

(1) Emery, op. cit., 1970, p. 9.

مشاكــل الاتصــال

إن القائم بالاتصال المدرب تدريباً دقيقاً، يدرك الأهمية الاجتماعية للدور الذى يضطلع به ويعلم أيضـاً مـاذا يريد أن يوصله فى رسـالتـه. وهو يدرك خـصـائص الوسيلة (الإعلامية) التى تستخدم، ويدرس الاهتمامات المتنوعة ومستويات الإدراك لدى مجموعات الناس الذين يشكلون جملة الجمهور. وهو يضع رسالته طبقاً لمتطلبات أسلوب كل وسيلة من الوسائل الإعلامية التى يسـتخدمها، ووفقاً لقدرات الجماهير التى يحاول أن يصل إليها. وهو يعلم الحدود والمشاكل التى درسها باحثو الإتصال.

ونوضح فيما يلى بعض مشاكل الاتصـال وهى: التشويش- العوامل الانتقائية - اختلاف الطبقات الاجتماعية.



عملية الاتصال: القائم بالاتصال ق يبعث برسالته بوسيلة منتقاة لتصل الى الجمهور (ع) ولكنه عرضة لتدخل التشويش.

شكل رقم (٥) التشويش فى عملية الاتصال

(أ) التشويــش Noise

من بين الأنواع المتعددة للتشويش يوجد تشويش الوسيلة الإعلامية (١). وهو مصطلح يستخدم لوصف أى شىء يتدخل فى أمانة النقل للرسالة (مثل الشوشرة على الإرسال الإذاعى). ولكننا إذا تكلمنا بوجه عام فإن التشويش على الوسيلة

---

(1) - Berlo, 1960, op. cit., p. 40
- Emery, 1970, op. cit., pp. 7-8.
- De Fleur, 1975, op. cit., p. 93.
- Shanon and Weaver, 1947, op. cit., p. 6.
- Rogers, 1973, op. cit., p. 52.

الإعلامية يمكن فهمه على أنه يتضمن كل معوقات الاتصال بين المصدر والجمهور. والقائم بالاتصال المتخصص يساعد فى التخلص من تأثيره بواسطة أجهزة لجذب الانتباه . وباستخدام دقيق لمبدأ التكرار (تكرار الفكرة الأساسية للرسالة للتأكد من أنها ستصل حتى إذا كان جزء من الرسالة قد فقد).

وهناك نوع ثان من التدخل، يسمى تشويش المعاني، وهو يحدث إذا ما أسيء فهم رسالة ما حتى إذا كانت متلقاه كما أرسلت تماماً. فالقائم بالاتصال، على سبيل المثال، قد يستخدم كلمات يصعب على كل فرد من الجمهور أن يفهمها. أو قد يذكر أسماء لا علم للكل بها، أى أن مادة الرسالة تكون خارج إطار الدلالة بين المرسل والمستقبل (1). أو قد يستخدم كلمات يكون لها معنى عند القائم بالاتصال ومعنى آخر عند المستمع أو القارىء (المعنى الشائع أو المعنى الوارد بالقاموس يسمى المعنى الدال، فى حين أن المعنى الانفعالى أو التقديرى يسمى المعنى الضمنى - فكلمة مثل «الاشتراكى» مثلا لها عدة معان مختلفة على نطاق واسع) (2).

ويمكن الإقلال من تشويش المعانى لو أن القائم بالاتصال بذل جهداً فى تحديد ألفاظه وتعريفها لصالح الجمهور الذى يريد أن تصل إليه رسالته. ويلاحظ أحياناً أن الكلمات الصعبة أو الغريبة قد يفهمها القارىء لأنه يفهم سياق الكلام الذى ترد فيه. ولكن من الممكن أيضاً بالنسبة لكلمة ما لم تعرف تعريفاً واضحاً أن يساء فهمها بهذه الطريقة. وإذا كانت المادة المعروضة معقدة جداً، فإن القارىء إما أن يضطر إلى النكوص والعودة لدراسة الرسالة أو أن يضطر، وهو أمر أكثر احتمالا، إلى التحول إلى مادة، أو مواد، أخرى أكثر جزاء ومتعة.

---

(1) Schramm, 1961, op. cit., p. 6.
"Frame of Reference depends on finding an area where the experience of the two people is sufficiently similar that they can share the same symbols efficiently."
(2) Berlo, 1960, op. cit., pp. 190 - 208.

(1) - Rogers, 1973, op. cit., pp. 54-60.

ب- اختلاف الطبقة الاجتماعية

يهمنا أن نوضح أن المصدر والمستقبل يمثلان طرفان فى تنظيم اجتماعى. والدلائل ليست كافية لإثبات أن التنظيم الاجتماعى هو مجموعة من وحدات متصلة فيما بينها اتفقت على الوصول إلى هدف مشترك. غير أن ذلك يمكن تمييزه من البيئة على أنه كيان فريد. والتنظيم له تكوين معين يتمثل فى العلاقات بين الوحدات الموجودة فيه. وهذا التكوين له قدر كبير من التأثير على الاتصال البشرى خاصة عندما يكون المصدر والمستقبل عضوين فى تنظيم مستواه عال مثل هيئة رسمية. وهنا يمكننا أن نتخيل الاختلاف فى فاعلية الرسالة نفسها عندما تنتقل (أ) بين اثنين على قدمى المساواة أو (ب) من رئيس إلى المرؤوسين (١).

ومن المحتمل أن تكون الاستنتاجات من الرسالة خاطئة إذا كان المستقبل والمصدر مختلفين. أما إذا كان الإثنان متماثلين فإن المصدر طالما يعرف نفسه فهو يعرف المستقبل.

والتماثل أو التجانس "Homophily" هو الدرجة التى يكون فيها المصدر والمستقبل متماثلين فى صفات مثل المعتقدات والتعليم والوضع الاجتماعى.. إلخ والاتصال يتم فى أغلب الأحوال بين الأفراد المتجانسين. ويصح القول هنا: «أن الطيور على أشكالها تقع».

أما التغاير "Heterophily" فهو الدرجة التى يكون فيها المصدر والمستقبل مختلفين فى صفات معينة. والاتصال بين المصدر والمستقبل المختلفين (المتغايرين) أقل فاعلية من الاتصال بين المصدر والمستقبل المتجانسين. وعندما

---

(1) - Rogers, 1973, op. cit., pp. 54-60.
- Rogers and Shoemaker, 1971. op. cit., pp. 14 - 15.
- Rogers and Svenning, 1969, op. cit., pp. 181 - 182.
- Schramm, 1973, op. cit., p. 224.

يكون لدى المصدر والمستقبل معانى واتجاهات متشابهة يكون الاتصال أكثر سهولة ويسراً [1]. والإتصال المتغاير، من ناحية أخرى، غالباً ما يؤدى إلى تحريف فى الرسالة وإلى تأجيل إرسالها، وإلى وضع قيود على وسائل الإعلام وإلى الخلاف الإدراكى (كأن يتعرض المستقبل كثيراً لرسائل لا تتفق ومعتقداته الراهنة).

إن العديد من الدراسات حول نشر الأفكار المستحدثة تؤكد أن الأفراد يميلون إلى أن يتصلوا مراراً وتكراراً بأشخاص يعتقدون أن بين هؤلاء الأشخاص وبينهم تجانس [2]. ويساعد هذا المبدأ على شرح أسباب الدور الهام الذى يلعبه الأصدقاء والأقارب فى التأثير على قبول الفرد أو رفضه لأى فكرة مستحدثة.

وقد يكون من المستحيل انتقاء مصدر يتشابه فى كل المظاهر مع الجمهور المستهدف. ومع ذلك، فمن الواجب أن نقوم – ما أمكن – بمحاولات للإقلال من مثل هذه الاختلافات. ومن ذلك فإنه يمكن مثلا أن ننتقى بمهارة الأشخاص الذين يمكنهم أن يؤثروا على الجمهور المستهدف؛ والذين يمكن للمستقبل أن يخالطهم بسهولة نسبياً، ويستخدم مثل هؤلاء الأشخاص فى توصيل الأفكار المستحدثة اللازمة لعملية التنمية.

هذا وإن انتقاء القائم بالاتصال استناداً إلى الخبرة وحدها قد لا يكون كافياً لنجاح الاتصال الفعال.

---

(1) James Palmore, "The Chicago snowball: A Study of the Flow of Influence and Diffusion of Family Planning Information" in Donald Bogue (ed) **Sociological Contributions to Family planning Research**, Chicago, Ill.: Community and Family Planning Study Center, University of Chicaqo, 1967, pp. 272 - 362.

(2) -- James Palmore, "Awareness Sources and Stages in the Adoption of Specifc Contraceptives", **Demography**, Vol. 5, No. 2, 1968, pp. 960 - 972.

- Dinesh Dubey, "Family Planning Communication Studies in India" **Central Family Planning Institute**, Monograph Series, New Delhi, No. 8, 1969.

الفصل الثانى

قيادة الرأى فى الريف المصرى

تطور مفهوم قادة الرأى

يؤدى قادة الرأى أدواراً هامة وفعالة من أجل تحقيق التنمية الريفية، وزيادة معدلاتها، فى مصر وفى معظم دول العالم من أجل النهوض بالمجتمع ورفع درجة تقدمه وزيادة معدلات الأفكار المستحدثة. وكلما كانت المجتمعات تقليدية كانت قيادة الرأى عامة أى لا يقتصر نشاط قائد الرأى على تخصص أو موضوع واحد غير أنه بازدياد درجة تقدم المجتمع نجد أن قائد الرأى متخصص فى مجال أو موضوع واحد.

ومن المنطقى أن يتصف قائد الرأى بكثير من الصفات والمقومات التى تؤهله للاضطلاع بوظائفه. ومن هذه الصفات الذكاء وسرعة البديهة وقوة وجاذبية الشخصية واتساع الافق والعلم بدرجة أعلى من الذين يتأثرون برأيه (الاتباع). وبدون هذه الصفات، وغيرها، قد لا يستطيع قائد الرأى تأدية مهمته فى احداث التأثير المطلوب على المتلقى بالفاعلية المستهدفة.

ظهور نظرية قيادة الرأى :

يبدو منطقيا أن عملية قيادة الرأى عملية موجودة من قديم الأزل، وأن الاتصالات البشرية تضمنت عناصر الاقتناع والتأثير لتبنى سلوك مستهدف. غير أن قيادة الرأى بدأت تتخذ شكل النظرية العلمية الحديثة قبل أن ينتصف القرن العشرين عندما حاول بعض العلماء والدارسين قياس تأثير وسائل الاعلام على السلوك الانتخابى للمتلقين. وقد كان الاعتقاد السائد أنذاك أن لوسائل الاعلام تأثيرا قويا على اتجاهات وسلوك المتلقين، وانتشر ذلك الاعتقاد، وذاع، أثناء الحرب حيث تبين أن لوسائل الاذاعات المسموعة عن كسب أو خسارة المعارك الحربية تأثيرا نفسيا كبيرا على الشعوب. فهو تأثير ايجابى على شعوب الدول التى تبث اذاعاتها

الرسائل التي تفيد كسبها المعارك الحربية وهو تأثير سلبي على شعوب دول الاعداء التي تستمع الى هذا البث وهذه الرسائل.

ولعل من الاسباب التي من أجلها ظهر هذا الاعتقاد، النظريات الاجتماعية والنفسية التي ظهرت في القرن التاسع عشر والعشرين حيث كان لها تأثير في تكوين مفهوم واطار نظرية التأثير المباشر لوسائل الاعلام على المتلقين. فكان المفهوم أن تأثير رسالة وسيلة الاعلام يتم على عدة مراحل، كلها نفسية تؤثر على المتلقي – فتتم:

* اثارة عواطف المتلقي.

* اثارة حوافز المتلقي.

* اثارة دوافع المتلقي.

وبعد هذا تتم عملية صنع القرار واتخاذ السلوك الذي يهدف اليه هذا التأثير.

ويبدو في كثير من الاحيان أنه من الصعب على المصدر السيطرة على هذه المكونات النفسية، وعلى غيرها، وحتى أنه من الصعب على المتلقي نفسه أن يسيطر دائما على بعض منها، كالعواطف. ونظرا لان جوهر هذه النظرية هو التأثير المباشر لوسائل الاعلام على المكونات النفسية للمتلقي، فقد أطلق عليها أيضا نظرية "الحقنة التي تعطى تحت الجلد" (كناية على أن المتلقي قد لا يشعر بهذه الحقنة أو أنها لا تدخل الجسم من الطريقين الاكثر شيوعا العضل/ الوريد".. وبالمثل".. يكون تأثير رسالة الاعلام) .

وأكثر من هذا فلم ينصب الاعتقاد على التأثير المباشر لوسائل الاعلام فحسب بل امتد الاعتقاد ليعني أنه طالما أن رسالة وسيلة الاعلام تثير العواطف والحوافز الكامنة فان استجابة المتلقين لها تكون استجابة متماثلة. وعلاوة على ذلك فقد ساد الاعتقاد أيضا أن الفرد معزول نفسيا عن المجتمع وبالتالي فليس للرقابة الاجتماعية أهمية أو تأثير على استجابة المتلقي.

ومن العلاقات الاجتماعية بين الناس فقد ساد اعتقاد علماء علم الاجتماع الكلاسيكي في القرن التاسع عشر أن هذه العلاقات تضعف في المجتمعات الصناعية المتقدمة وتضعف معها بالتالي الرقابة الاجتماعية ويحدث العكس في المجتمعات التقليدية حيث تقوى الرقابة الاجتماعية.

وإزاء وجود هذه المعتقدات واستنادا اليها فقد قام «بول لازارزفيلد» وآخرون في عام ١٩٤٠ بدراسة على تأثير وسائل الاعلام على النوايا الانتخابية للناخبين (٦٦٠ ناخبا) في مقاطعة «ايري» بولاية أوهايو الامريكية [١]. ولان المفهوم، وكما أشرنا، أن لوسائل الاعلام تأثيرا مباشرا على المكونات النفسية للمتلقي فقد افترضت الدراسة وجود هذا التأثير أي افترضت أن لوسائل الاعلام تأثير مباشر على سلوك هؤلاء الناخبين في اختيار أحد مرشحي الرئاسة الامريكية «فرانكلين روزفلت» أو «وندل ويلكي». غير أن نتائج الدراسة جاءت مغايرة الى حد كبير للافتراض - وللاعتقاد السائد - اذ تبين عدم وجود تأثير يذكر لوسائل الاعلام على سلوك الناخبين (في العينة) في حين كان للاتصال المباشر تأثير على هذا السلوك.

ولقد تبين للباحثين أن رسالة وسيلة الاعلام تنتقل من المصدر الى المتلقي من خلال وسيط أي في وجود عنصر متداخل في عملية الاتصال. ومن ثم فهناك أكثر من مرحلة لاتمام الاتصال:

* من وسائل الاعلام الى أفراد (أكثر اطلاعا من المتلقين الذين يؤثرون على مكوناتهم النفسية).

* ثم من هؤلاء الافراد الى المتلقين الذين هم أقل تعرضا لوسائل الاعلام (ويتأثرون عادة بهؤلاء الافراد).

ولقد اتفق معظم المفكرين والمتخصصين في علم الاتصال على تسمية الافراد الذين يتلقون المعلومات من وسائل الاعلام وينقلونها الى الآخرين الأقل تعرضا لهذه

---

(1) Paul Lazarsfeld, Bernard Berelson and Hazel Gaudet, The people's Choice New York, Colombia Universty Press, 1948.

الوسائل – الذين يتأثرون بهؤلاء الافراد – بـ«قادة الرأى». ويكون لقادة الرأى، وكما تبين، تأثير على سلوك المتلقين.

وعلى هذا فانه من المفهوم عن قادة الرأى أنهم عنصر هام وفعال فى توصيل الرسالة من المصدر الى المتلقى وفى احداث التأثير المطلوب.

المصدر (وسيلة الاعلام)

← رسالة الاتصال ← قادة الرأى ← المتلقون

وعن هذا الخصوص يرى «كاتز» و«لازارزفيلد» أن الافكار تنتقل غالبا من الراديو ومن المطبوعات الى قادة الرأى ثم من هؤلاء الى القطاع الاقل نشاطا من الجماهير [1].

من هو قائد الرأى :

وطالما أن لقائد الرأى هذه الوظائف الهامة التى يترتب على تأديتها تبنى المتلقين أهداف رسالة الاعلام فأن السؤال الذى يتبادر الى الاذهان: من هو قائد الرأى؟

يعرف «روجرز» و«شوميكر» قيادة الرأى بأنها الدرجة التى يكون للفرد عندها القدرة على التأثير بصورة غير رسمية على اتجاهات الافراد الاخرين أو على سلوكهم الظاهر بطريقة مطلوبة ومتكررة [2].

ويرى «رايت» أن قادة الرأى ليسوا بالضرورة القيادات الرسمية فى المجتمع أو الاشخاص الذين يحتلون مراكز هامة لها هيبتها الاجتماعية، وانما يوجد فى كل

(1) Elihu Katz and Paul Lazarsfeld, **Personal Influence : The Part Played by People in the Flow of Mass Communication,** New York, The Free Press , 1955, P. 185.

(2)Everett Rogers and Floyd Shoemaker, **Communications of Innovation: A Cross Cultural Approach,** New York, The Free Press, 1971, pp. 210 - 211 .

طبقة فى المجتمع قيادة الرأى الخاصة بها [١].

ويقول «كار» أنه بالرغم من أن بعض القيادات الرسمية تمارس تأثيرا على آراء واتجاهات وسلوك الاخرين فان قيادة الرأى تظل مع ذلك قاصرة على الذين يؤثرون فى الاخرين ليس بسبب مكانتهم الرسمية، ومن ثم فهم غالبا مصادر غير رسمية[٢].

ومن رأينا أن قائد الرأى مرحلة هامة فى عملية الاتصال وفى نقل رسالة وسيلة الاعلام الى المتلقى وفى التأثير عليه لتبنى أهداف تلك الرسالة. ولذلك فلابد أن يتمتع قائد الرأى بصفات وامكانيات وقدرات معينة تؤهله لاداء وظيفته هذه. ولا يهم فى هذا أن يكون لقائد الرأى مكانة اجتماعية مرموقة أو مركز وظيفى هام أو رسمى حتى يؤدى واجباته ومسئولياته بل يكفى تماما فى بعض الاحيان أن يتحلى بهذه الصفات التى تمكنه من أداء تلك الواجبات بغض النظر عن أى شىء آخر ومع هذا فإن قائد الرأى الذى يتمتع بالصفات التى تؤهله للقيادة ويتقلد أيضا منصبا رسميا مرموقا أو مكانة اجتماعية هامة تزداد عادة فاعليته فى التأثير. يضاف الى ذلك بأنه من الصعب اعتبار قائد الرأى وسيطا فحسب للمعلومات، اذ أن عملية الوساطة وحدها دون أن تشمل التأثير على المتلقين ليست كافية للقول بأن القائم بها قائد للرأى.

خصائص قادة الرأى :

لكى يؤدى قادة الرأى المهام والواجبات التى ينتظر منهم القيام بها فانه لابد أن يتحلوا ببعض الخصائص أو الصفات التى تؤهلهم لذلك. ومن هذه الخصائص ما يلى:

(1) Charles Wright, Mass Communication: A Sociological Perspective, New York, Random House; 1959, pp; 52 - 54.

(2) Snehendu Kar, Diane Demagone, and Barbara Kar, **Communication Research in Family Planning,** Population Communication: TechnicalDocumentation, UNESCO, Paris 1975 p. 29.

١- كثرة التعرض لوسائل الاعلام

على اعتبار أنه كلما تعرض قادة الرأى بدرجة كبيرة لوسائل الاعلام أمكنهم، عادة، جمع أكبر قدر من المعلومات المتاحة من هذه الوسائل عن المشكلات والموضوعات الجوهرية التى تهم الناس بصفة عامة وتمس بالتالى حاجة القادة وحاجة الذين يتأثرون بهم (أو التابعين - الأقل منهم معرفة وادراكا لهذه الموضوعات). ويقول «ساندرز ديفيز» (وآخرون) ان تعامل قادة الرأى مع المعلومات أكثر من تعاملهم مع اتباعهم [1] . ويضيف «بالمور» أن اطلاع قادة الرأى موثوق به[2].

٢- درجة اتصالهم بالمسئولين عن التغيير وبالعالم الخارجي أكثر من غيرهم:

ويساعدهم على ذلك اتساع أفقهم وزيادة اطلاعهم ومعرفتهم بالمشكلات علاوة على رغبتهم المستمرة فى حصولهم على المزيد من المعرفة.

٣- مشاركة اجتماعية، أكبر من اتباعهم:

ويرجع ذلك أساسا لالمامهم بكثير من الموضوعات والمشكلات من حولهم وانفتاحهم على العالم الخارجي.

٤- طول فترة اقامتهم بالمجتمع:

وهو ما وجده «ساندرز ديفيز»، وآخرون، فى دراستهم. والحقيقة أن طول فترة اقامة الشخص فى مجتمع واحد (كمجتمع القرية مثلا) منذ ولادته واثناء تنشئته، تساعد على زيادة معرفة أهل هذا المجتمع به، وكلما زادت درجة علمه وزاد اطلاعه نسبيا وزادت اتصالاته خارج هذا المجتمع وكلما توطدت علاقاته بأهل هذا المجتمع واتبعوا نصائحه وارشاداته لهم كان قائد رأى فعالا ومؤثرا.

---

(1) Sanders Davis and Others, "Opinion Leadership and Family Planning" Universty of Florida, Department of Sociology, Paper Prepared for the Annual Meeting of the Population Association of America, New Orleans, 1973.

(2) Palmore J. "The Chicago Snowball: "Astudy of the Flow of Influence & Diffusion of Family Planning Information", in Bogue (EDS), **Sociologicl Contributions to Family Planning Research,** Chicago, III. Community & Family Study Center, Universty of Chicago 1967, p. 280.

٥- الدخل المادي أعلي :

من غيرهم من الذين يتأثرون بهم: ويساعد هذا الارتفاع النسبي لدخل قادة الرأى على حرية وزيادة حركتهم وزيادة معدل أسفارهم خارج مجتمعهم.

٦- قوة وجاذبية الشخصية:

علاوة على الذكاء وقدر من التعليم والثقافة يفوق الاتباع، والحقيقة أنه بدون هذه الصفات، وغيرها، لا يمكن أن يؤثر قادة الرأى على المتلقين لتحقيق أهداف رسالة وسيلة الاعلام.

٧ - القدرة علي التأثير، والرغبة فيه:

اذ أن القدرة والرغبة عنصران هامان للتأثير فقد يتوافر لدى قائد الرأى أحدهما دون الاخر مما لا يحقق أهداف رسالة وسيلة الاعلام.

ويضيف «روجرز» و «شوميكر» أنه من المتوقع أن يكون لقائد الرأى فى النظم الاجتماعية المتقدمة عن النظم التقليدية تأثير فى موضوع واحد وفى نوع واحد من المعلومات والنصائح [(١)] ، ولذلك فان طالبي النصح أو المشورة أو المعلومات فى موضوع آخر يلجأون فى هذا الى قائد رأى آخر (أو اكثر). فى حين أن الامر مختلف في المجتمعات التقليدية اذ يكون لقائد الرأى تأثير فى أكثر من موضوع. ويهم أن نوضح أن الموضوع الواحد قد يتفرع عنه موضوعات فرعية لا يكون قائد الرأى متخصصا فيها أيضا. فاذا كان قائد الرأى العادى (وليس الطبيب) مدركا تماما وملما بموضوع كتنظيم الاسرة فليس بالضرورة أن يكون مدركا أيضا لفنية موضوع فرعي مثل الاثار الطبية لاستخدام الموانع.

ويرى «ليرنر» أنه فى المجتمعات التقليدية يرتبط السن بالحكمة [(٢)] ويكون التغيير فى هذه المجتمعات بطيئا، ويحصل قادة الرأى على المعرفة من الخبرة فقط.

ومن ناحية أخرى فقد وجدت شاهيناز طلعت أن السن لم يعد، فى النظم الحديثة، معيارات لاختيار قادة الرأى وانما حلت محله معايير أخرى مثل الكفاءة الفنية وسهولة الوصول الى المتلقين وانفتاح القادة على العالم الخارجي[(٣)].

---

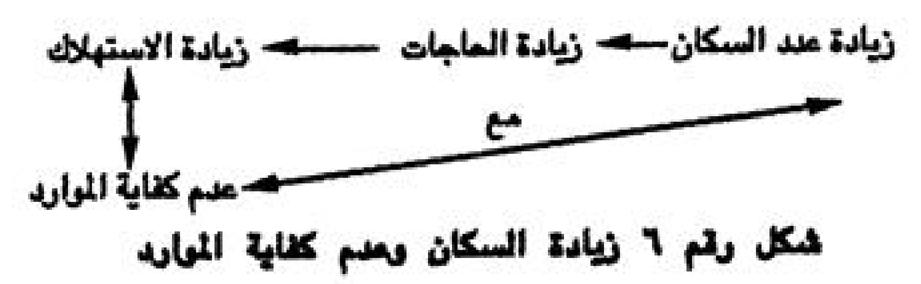
(1) Rogers & Shoemaker, 1971, op. cit., p. 223.

(2) Daniel Lerner, **The Passing of Traditional Society; Modernizing the Middle East.** New York: Free Press, 1958, p. 399

(3) Shahinaz Talaat, The Flow of Communication in an Egyptian Village M.A. Thesis, American Universty in Cairo, 1973, p.

أبحاث عن الريف المصرى

تعتبر مصر (مع الصين وبعض دول العالم الثالث) فى مقدمة دول العالم التى يزداد عدد سكانها وينمو بمعدلات عالية بحيث لا تكفى عادة مواردها احتياجات سكانها فتظهر هوة بين الامكانيات والموارد وبين الحاجات والالتزامات المطلوبة. وكلما ازداد عدد السكان ازدادت حاجاتهم وازداد معدل استهلاكهم وانخفض بالتالى معدل تلبية الحاجات والاستهلاك، طالما لم تزد الموارد بمعدلات كافية وظلت على ماهى عليه.



شكل رقم ٦ زيادة السكان وعدم كفاية الموارد

أى أن المشكلة السكانية التى تتفاقم بشكل شبة تلقائى ومستمر تتفاقم معها المشكلة الاقتصادية (وبمعدلات أكبر).

ويشكل عدد سكان الريف المصرى ما يزيد على نصف عدد سكان مصر وهم يتصفون كثيرا بالتمسك بالعادات وبالتقاليد الموروثة مما يجعل عملية التغيير صعبة للغاية كما أن نسبة الامية عالية وتبلغ حوالى ٥٦٪ كل هذا وغيرة يجعل لدور قادة الرأى أهمية قصوى فى التأثير من أجل تبنى الافكار المتسحدثة ورفع معدلات التنمية.

ونعرض فيما يلى أهم نتائج بعض الابحاث التى أجريت عن دور قادة الرأى فى الريف المصرى (بخلاف ما قامت به الحكومة).

توصلت زاهية مرزوق [1] من دراستها على عينة من الريف المصرى أن جميع أفراد العينة يدركون المشكلة السكانية من وسائل الاعلام من الاذاعة على الأخص -

(١) زاهية مرزوق التوعية المباشرة فى تنظيم الأسرة والدروس المستفادة من تجارب الاسكندرية فى توجيه العمال والقيادات الطبيعية، التوعية والاعلام فى مجال تنظيم الأسرة، مؤسسة دار التعاون للطبع والنشر، ١٩٧١.

وشدد أفراد العينة على الحاجة لحملة تنظيم الاسرة. كما بينت الدراسة من ناحية أخرى أن وسائل الاعلام لا تستطيع تغيير الاتجاهات الاساسية، في حين أن عملية التغيير هذه تعتبر وظيفة هامة للاتصال المباشر. واستخدمت الباحثة الطريقة السوسيوميترية لتحديد قادة الرأى. ثم اختارت قادة كل قطاع من داخله فاختارت قادة العمال من فئة العمال والقيادات النسائية من النساء وقيادات الفلاحين من فئة الفلاحين وهكذا.. حيث تبين أن لتلك القيادات الافقية تأثيرا أكثر من غيرها على المتلقين طالما أن هؤلاء المتلقين يميلون الى قبول أفكار تلك القيادات التى من ذات فئتهم الاجتماعية. وترى الباحثة أن من أهم شروط اختيار القادة اقتناعهم بقيمة وبأهمية تنظيم الاسرة وألا يكون أحدهم أبا لأكثر من ثلاث أولاد. وبعد أن أتمت الاختيار نظمت لهم دورة خاصة عن تنظيم الاسرة وعن قيمته والعوامل الاقتصادية المرتبطة به والعلاقة بين السكان ومستويات المعيشة ودور وسائل الاعلام وأساليب الاقناع والمتابعة والتقييم.

وأجرى مركز التربية الاساسية فى سرس الليان بمحافظة المنوفية دراسة تبين منها أهمية دور قادة الرأى فى التغيير المخطط.[1] وقد بينت تلك الدراسة أن ٢٧.٥٪ ممن قبلوا مبدأ تنظيم الاسرة مارسوه بالفعل. كما أظهرت أيضا أن ثلثى الممارسين تأثروا فى قرارهم بقادة الرأى. وأظهرت أيضا أن الكثير ممن أيدوا فكرة تنظيم الاسرة باتجاهاتهم لم يمارسوها فعلا (بسلوكهم).

وقام هاريك» [٢] بدراسة على دور قادة الرأى فى عملية الاتصال فى الريف المصرى وحاول أن يتعرف على الكيفية التى تصل بها رسائل الاعلام الى سكان القرية حتى يتعرف على دور وسطاء المعلومات وليقيس العلاقة بين التعرض لوسائل الاعلام والادراك السياسى وقد توصل الى أن الراديو هو أكثر وسائل الاعلام استخداما بواسطة أهل القرية، اذ يستمع اليه ٩٦٪ من أفراد عينة البحث، وأن ملكية أجهزة الراديو تتصل بسريان المعلومات مباشرة. ووجد أيضا أن رسائل

---

(1) Lewis Meleika and Salah Namek, " Peasants and Workers Attitudes to Family Planning", ASFEC, UNESCO, Sirs-el- Layyan, Egypt 1968.

(2)Elliya Harik, "Opinion Leaders and Mass Media in Egypt: A Reconsideration of the Two-Step-Flow of Communication Hypothesis" New York, The American Political Science Review, Vol. 95, pp. 731-740.

الاعلام، بصفة عامة، تصل الى أغلبية الجمهور مباشرة وبشكل فعال أما دور قادة الرأى - باعتبارهم من وجهة نظرة وسطاء المعلومات والافكار - فيقتصر على مجموعة أصغر من الجماهير لا تمتلك (أو تحوز) أجهزة وسائل الاعلام.

ثم قام «هاريك» بتطوير فكرته فى الدراسة الاخيرة واختبرها فى عملية التغيير فى قرية اطلق عليها شبرا الجديدة، حيث وجد أن دور قادة الرأى كان هادفا وليس طارئا أو غير رسمى. ففى عملية تنظيم الاسرة مثلا، لعب الطبيب والممرضات الدور الاساسى فى اقناع الناس بتبنى هذه الفكرة المستحدثة. فكان الطبيب يوسع مدارك الفلاحين ويقنعهم، بأهمية تنظيم الاسرة باعتبار أن ذلك العمل يدخل ضمن مقتضيات وظيفته الرسمية وكان يبين لهم فائدة الاستجابة واستخدام وسائل تنظيم الاسرة عن طريق نقل المعلومات لهم بما يؤثر بالتالى على آرائهم واتجاهاتهم. وكل هذا ايضا على اعتبار أنه يدخل ضمن وظيفته الرسمية. وكان يبين لهم فائدة الاستجابة واستخدام وسائل تنظيم الاسرة عن طريق نقل المعلومات لهم بما يؤثر بالتالى على آرائهم واتجاهاتهم. وكل هذا ايضا على اعتبار أنه يدخل ضمن وظيفته الرسمية. كما تبين لـ «هاريك» أيضا أن قادة الرأى أكثر اطلاعا من الفلاحين العاديين ولأن لهم واجبات رسمية فى التنظيمات المحلية فانهم قاموا بتفسير السياسات والافكار للفلاحين بغرض تعبئتهم لاتباعها.

وقامت شاهيناز طلعت بدراسة لاختبار سريان الاتصال فى الريف المصرى وتحديد قادة الرأى فى قرية زاوية البقلى بمحافظة المنوفية (١). وقد تبين من دراستها أن المهندس الزراعى والاخصائى الاجتماعى من القيادات التى تؤثر فى موضوع واحد، فى حين أن ناظر المدرسة من القيادات التى تؤثر فى أكثر من موضوع واحد. وأظهرت الدراسة أيضا أن قيادات الرأى أكثر من غيرهم (اتباعهم) تعرضا لوسائل الاعلام وأكثرهم ابتكارا واتصالا بمسئولى التغيير.

وأظهرت الدراسة بشكل عام أن قادة الرأى يؤدون دورهم القيادى ليس فقط لأنهم يتصفون بمميزات أو صفات معينة ولكن أيضا لسهولة اتصال اتباعهم بهم.

ولم تؤكد الدراسة أن المكانة الاجتماعية لقادة الرأى أعلى من المكانة الاجتماعية لاتباعهم، ولكنها أظهرت أن الاباء الاميين يعتمدون فى تشكيل آرائهم

---

(1) Shahinaz Talaat, op. cit., 1976.

السياسية على أبنائهم المتعلمين أو الذين مازالوا فى مراحل التعليم. غير أن هذا التأثير لم ينبع من المكانة الاجتماعية للأبناء كالمركز والوظيفة وانما نبع من التعليم.

وبينت الدراسة أيضا وجود اتجاه محدد للمتلقين وهو ازدياد تجاهل الناس لقادة الرأى التقليدين كلما كانت القرية أكثر عصرية. ولقد تم التوصل الى تلك النتيجة عندما تبين أن نسبة صغيرة فقط هى التى تذهب لامام المسجد طلبا للمشورة والنصيحة وأن نسبة أكبر تذهب لذات السبب الي ناظر المدرسة. وكلما زاد اتجاه وسلوك أهل القرية نحو التحديث والعصبية زاد توقع ظهور أنوا ع مختلفة من قيادات الرأى. وتخلص الدراسة الى أنه اذا تبنى قائد رأى فكرة مستحدثة فقد يكون من الصعب وقف انتشارها خاصة أن كانت نابعة من الفلاحين أو أعضاء المجتمع الذى من بينهم قائد الرأى هذا.

وقد وجد كامل مليكه (١). فى دراسته على هيكل القيادة فى المجتمع الريفى فى قرية فى الدلتا، أن هناك نوعين من المجموعات: مجموعة أكثر ثباتا وتتألف من الاقارب ومجموعة أقل ثباتا وتتألف من الاصدقاء، وتبين له أنه مازال للقادة التقليديين قوة فى التأثير وأن التحكم فى تلك القوة مازال فى يد قلة مثل نائب المأمور والشيخ. وتبين له أيضا أن لقادة الرأى دورا كبيرا فى تشكيل الاتجاهات والسلوك. وعن صفات قادة الرأى فقد وجد أنهم فى معظم الاحوال: أكبر سنا ومستوياتهم المهنية والتعليمية أعلى من غيرهم كما أن نسبة عضويتهم فى الجماعات أكبر.

ووجد محمد عودة من دراسته على القيادة فى قرية مصرية أن هناك هرما قياديا جامدا ومغلق يتصل بقرابة الهرم (٢).

ووجد عماد مختار فى دراسته (٣) لبعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية

(1) Louis Kamel Meleika, Leadership and Authority in the Arab Local Community, UNESCO, Occasional Paper IV, Sirs ellayyan, Egypt, 1966.

(٢) محمد عودة، القيادة فى قرية مصرية، دراسة ميدانية فى احدى قرى محافظة المنوفية ، رسالة ماجستير، كلية الآداب. جامعة عين شمس، ١٩٦٦.

(٣) عماد مختار الشافعى، دراسة تحليلية لبعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية لقادة الرأى المحليين فى الريف، رسالة ماجستير، كلية الزراعة جامعة القاهرة، ١٩٧٣م.

لقادة الرأى المحليين فى الريف أن قادة الرأى أكبر سنا من غير القادة وأكثر تعليما وأن معدلات سفرهم للقاهرة أعلى من غير القادة (قادة ٦٣.٦٪، غير قادة ١٦٪) وأن لهم أصدقاء مقيمين فى القاهرة أكثر من غيرهم (قادة ٨١.٨٪، غير قادة ٧٧٪) وانهم أكثر من غيرهم ترددا على مديرى الزراعة دائما (٢٧٪، ١٪) وعلى تفتيش الصحة (٢٧٪، ٦٧٪) وعلى بنك التسليف (٤٥٪، ١٠٪) وعلى وزارة الزراعة (٩٪، —) وعلى الاسترشاد الزراعى (٩٪، ١٠٪) وعلى الوحدات البيطرية دائما (٦٣٪، ٨٪) وعن تبنى الافكار والممارسات الزراعية المستحدثة تربية دجاج أجنبى (٥٤.٥٪، ٨.٧٠٪) التأمين على المواشى (١٨٪، ٦٧.٠٪) زراعة الذرة على خطوط (٦٣.٦٪، ٢٠.٣٠٪) كما أنهم أكثر قراءة للصحف (٣٦٪، ٩٪) وأكثر ملكية لأجهزة الراديو (١٠٠٪، ٥٥.٧٪) وأكثر ملكية لأجهزة التيفزيون (٩٪، ٤٪) وأكثر مشاهدة للتليفزيون (٩٪، ٢.٦٪) وأكثر قراءة للمجلات الزراعية (١٨٪، ٦٧٪).

ومن المتفق عليه أن هدفا من الاهداف القومية الاساسية لكل دولة، نامية كانت أو متقدمة، هو تحقيق أكبر قدر ممكن من التنمية القومية مع العمل على رفع معدلاتها أولا بأول. وتعد التنمية الريفية جزءا هاما ورئيسيا من التنمية القومية. ولذلك فان تحقيق أعلى معدلات التنمية الريفية فى مصر ورفع معدلاتها يعد هدفا جوهريا يجب تحقيقه باستمرار خاصة وأننا نملك مقومات أساسية هامة فى هذا السبيل مثل القوة البشرية ومصادر الثروة الطبيعية كالماء والطقس الفعال والتربة الجيدة.

ولذلك فينبغى العمل على دفع عجلة التنمية الريفية والقضاء على أهم المشكلات التى تواجهها والتى أشرنا الى بعضها مثل العادات والتقاليد الراسخة التى تقف عائقا أمام تبنى الافكار المستحدثة واستخدام احدث أساليب التقدم العلمى والتكنولوجى فى الزراعة (والصناعة وكافة الانشطة)، وأيضا ارتفاع نسبة الامية وتفشى بعض الامراض المزمنة (كالبلهارسيا) وهجرة بعض الايدى العاملة الماهرة للمدن.

وفيما يلي بعض الاقتراحات لرفع كفاءة قادة الرأى لكى يؤدوا مهمتهم من أجل زيادة معدلات التنمية الريفية فى مصر:

١-التشديد على اعداد، وتنفيذ، برامج تدريب متخصصة لقادة الرأى حسب تخصصاتهم تتضمن تعريفهم بالاساليب الحديثة فى الاقناع بما يؤدى الى تبنى الفلاحين الافكار المستحدثة لتحقيق معدلات التنمية المطلوبة.

٢- أن يكون تركيز البرامج على المواد والموضوعات الهامة التى تساعد قادة الرأى على تنفيذ مهمتهم بفاعلية ويمكن في هذا عرض نتائج دراسات وأبحاث مقارنة على مشكلات مماثلة لمشكلات الريف المصرى.

٣ - يمكن أن ينقسم برامج التدريب لعرض نوعين أساسيين من مشكلات التنمية وكيفية حلها:

أ- مشكلات الساعة مثل: مكافحة انتشار المخدرات وتنظيم الاسرة.

ب - المشكلات المعتادة: مثل مقاومة الافات ورفع معدلات الانتاج الزراعى والصناعى وتحسين نوعية الخدمات...

٤- تشجيع قادة الرأى ومنع أو تقليل الهجرة الى المدن والى خارج مصر ويمكن فى هذا اتباع ما يلى:

أ- اجراء مسابقات دورية لقادة الرأى حول النتائج التى تحققت فى قراهم مثل زيادة معدلات تبنى الافكار المستحدثة، ونقص معدلات المرض وزيادة معدلات الانتاج.. على ان يمنح الفائزون جوائز مالية مناسبة.

ب-تنفيذ برنامج تدريبى مركزى لجميع قادة الرأى، فى القاهرة مرة أو مرتين فى السنة بهدف متابعة اتباع قادة الرأى للوسائل التكنولوجية الحديثة فى مهامهم بالقرى. على أن يمنح اوائل هذه البرامج جوائز مالية أيضا.

جـ - تحسين مستويات معيشة قادة الرأى وايجاد أماكن مناسبة لهم يمارسون فيها مهامهم على أن يتم تجهيز هذه الاماكن وبالمعدات بالأجهزة اللازمة.

د- منح قادة الرأى أراضى لاستصلاحها ومساعدتهم على هذا، وبأسعار رمزية مع اعتبار ذلك نواة لتوسيع رقعة الارض المزروعة.

٥- أن يراعى فى برامج تدريب القادة التغييرات التى حدثت، والمتوقع حدوثها، على افكار واتجاهات وآراء (وكافة المكونات النفسية) للفلاحين كنتيجة طبيعية للتطور السريع نحو العصرية وبحيث يتم تسليح هؤلاء القادة بمعلومات وافكار ووسائل اقناع اكثر تأثيرا واكثر فائدة لتحقيق التنمية المستهدفة.

الفصل الثالث

التأثير فى نظريات الاتصال

يهدف هذا الفصل عرض اهم النظريات عن تأثير الاتصال على الجمهور المتلقى لرسائل التنمية واذا تمكنا من عرض صورة دقيقة للجانب النظرى لتأثير الاتصال فان ذلك قد يساعد المسئولين عن تنظيم الاسرة فى القيام بحملات اتصال اكثر فاعلية.

ومهما يكن من امر فان الدراسات والبحوث مازالت جارية للتوصل الي نظرية شاملة يمكن ان تشرح وباسباب تأثير الاتصال الجماهيرى على المتلقين، وهو هدفا يجب أن تسعى الى تحقيقه باستمرار.

ويبدو أن النظريات التى تناولت تأثير الاتصال الجماهيرى على المتلقين تدور فى حلقه أو فى دائرة. ذلك اننا نجد أن نظرية ماهى السائدة والمنتشرة فى وقت ما ثم تمر فترة من الزمن، قد تطول أو تقصر، فتظهر بدلا منها نظرية أخرى قد لا تكون مفاهيمها هى ذات مفاهيم النظرية الاولى ثم تصبح هى النظرية السائدة. وبعد فترة اخرى قد نعود مرة اخرى لنظرية كانت سائدة من زمن مضى.

وفى خلال الخمسين سنة الاخيرة أى منذ سنة ١٩٤٠، تناولت كثير من الدراسات الاتصال الجماهيرى بالبحث المتعمق وبموضوعيه، ومن هذه الدراسات نموذج «الحقنة التى تعطى تحت الجلد الذى اشرنا اليه ونموذج التأثيرات المحدودة»، كذلك هناك نموذج التأثيرات المعتدلة الذى ساد فترة من الزمن. ثم تتحول النظرة، وفقا لبعض الدلائل، الى نموذج آخر هو نموذج «التأثير القوى».

وتختلف كل نظرية من هذه النظريات، اساسا، فى حجم ودرجة التأثير، الذى تراه، للاتصال الجماهرى على المتلقين. وتختلف ايضا فى جوانب ونواحى اخرى يمكن ان تظهر فى شكل رقم (٧). يبين حجم التأثير والفترة التى استمر فيها النموذج سائدا ومنتشرا.

ونعرض بايجاز فيما يلى بعض النماذج التى تكلمت عن تأثير وسائل الاعلام على الجمهور المتلقى وسيتم ذلك العرض بدء بالنماذج التى نشأت اولا . ويمكن الاستفادة من تلك النماذج فى فهم المتلقى ووضع خطة لحملات التنمية الاسرة أكثر فاعلية.

نمـوذج الاعلام القوى

The Powerful Effects Model

ساهمت نظرية «الحقنة التى تعطى تحت الجلد «أو كما يطلق عليها احيانا نظرية المثير – استجابة الميكانيكية» فى ظهور نظرية التأثيرات القوية وكان مفهوم نظرية الحقنة ان لوسائل الاعلام قدرة التأثير وبقوة على الجمهور المتلقى أى أن تلك النظرية ارتبطت بقوة التأثير ثم بالدعاية فى الحرب العالمية الاولى. واستمرت هذه النظرية سائدة فى السنة التى سبقت الحرب العالمية الثانية حيث خشى الناس، مسئولون وغيرهم، فى الولايات المتحدة الامريكية من دعاية «هتلر» ومن امكانية استخدام اساليبه فى الدعاية للوصول الى السلطة فيها، هذه الاساليب التى تعتمد فى جانب كبير منها علي وسائل الاعلام. ومن ثم وكرد فعل لهذا المفهوم تم فى الولايات المتحدة الامريكية انشاء مؤسسة «تحليل الدعاية» التى بدأت نشاطها بحملات اعلامية مكثفة لتعليم الشعب الامريكى الوسائل الفنية للدعاية وكيفية مواجهة أى حملات مضادة.

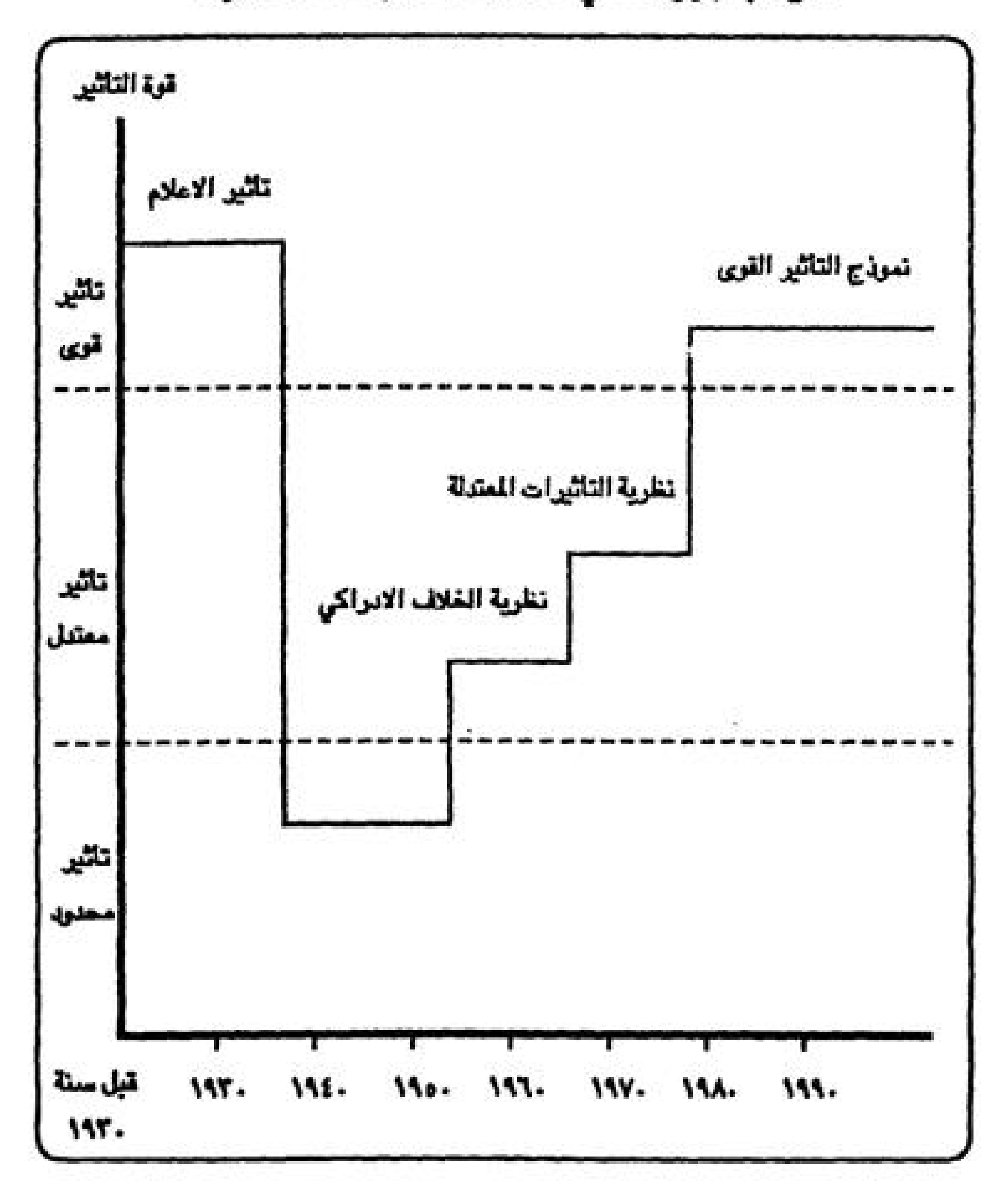
وتقول نظرية الاعلام القوى انه اذا تم عرض المثير وهو رسائل وسائل الاعلام على الجمهور فاننا سنحصل منه على استجابة موحدة على تلك الرسائل. اى ان رد فعل الجمهور المتلقى لرسائل وسائل الاعلام يتم بشكل موحد وتلقائى دون تفكير عميق ودراسة متأنية لمحتويات تلك الرسائل.

وبالرغم من أن معظم بحوث الاتصال قد رفضت تلك النظرية فان بعض المفكرين مازالوا يؤيدونها ويعتبرونها نظرية صحيحة وصالحة. ولكن، اذا كانت تلك

شكل رقم (٧)

أهم النماذج عن تأثير الاتصال الجماهيري

على الجمهور المتلقي خلال الخمسين سنة الأخيرة (*)



(*) تم رسم الخطوط الرأسية مستقيمة مائلة كما يرى البعض حتى يعبر الرسم عن حقيقة التغييرات من انتشار نموذج بدلا من اخر وهى تحدث عادة فى ذات السنة التى يكون النموذج الاول ساريا ومنتشرا ، ولا تأخذ عادة فترة طويلة فى حدوثها .

النظرية، بالفعل، صحيحة فان معنى ذلك ان تبنى المتعرضين لرسائل وسائل الاعلام يكون ١٠٠٪ واذا سحبنا ذلك على تنظيم الاسرة مثلا فإنه من اللازم أن يكون معدل التبنى فى المناطق التى تمت فيها حملات الاتصال الجماهيرى عن هذه الفكرة المستحدثة، بواقع ١٠٠٪ فيتبنى جميع المتلقين لرسائل تنظيم الاسرة تلك الرسائل وهو امر لم يحدث وقد لا يحدث فيما يتعلق بتنظيم الاسرة. ويمكن التحقق من هذا بالرجوع الى البحوث التى اجريت عن تعرض المتلقين لرسائل الاعلام عن تنظيم الاسرة ونتائج تلك البحوث وهى كثيرة جداً (اكثر من ٥٠٠ بحث). منها ما استهدف: المعرفة بتنظيم الاسرة والاتجاه والممارسة. وقد اجريت فى اكثر من خمسين دولة من دول العالم لم يكن معدل التبنى فيها ١٠٠٪ (١).

نموذج التأثيرات المحدودة

Limited Effects Model

بدأت نظرية التأثيرات المحدودة فى الظهور سنة ١٩٤٠ وقد اجريت دراسات كثيرة على التأثيرات المحدودة للاتصال الجماهيرى، ومن هذه الدراسات الهامة دراسة «هوفلاند» التى اجراها على القوات المسلحة الامريكية والتى بينت ان الافلام التعريفية كان لها تأثير فى نقل المعلومات وليس فى تغيير الاتجاهات(٢).

وقد شرح «جوزيف كلابر» بتفصيل واسهاب نموذج التأثيرات المحدودة فى كتابة تأثيرات الاتصال الجماهيرى، وقد توصل «كلابر» Klapper الى خمس تعميمات عن تأثيرات الاتصال الجماهيرى (٣) ومن أهم هذه التعميمات:

---

(١) شاهيناز طلعت، وسائل الاعلام والتنمية الاجتماعية، القاهرة مكتبة الانجلو ١٩٨٠

(2) Hovland, 1949, op. cit.

(3) Klapper, 1960, op.cit p.8

١ - تأثير الاتصال الجماهيري :

هو عادة تأثير ضروري وكافي على المتلقين ولكنه يقوم بوظيفة هذه ضمن مجموعة من المتغيرات والمؤثرات الوسيطة (التي تتوسط بين وسائل الاعلام وبين الجمهور).

٢ - المتغيرات الوسيطة في الاتصال الجماهيري:

تجعل وسائل الاعلام عامل مساعد وليس العامل الوحيد في عملية تدعيم الظروف والاحوال القائمة.

ومن هذه المتغيرات الوسيطة التي اشار اليها «كلابر» ، العوامل الانتقائية والتي تبين ان: التعرض الانتقائي لرسالة الاتصال الجماهيري والادراك الانتقائي من رسالة الاتصال والتذكر الانتقائي لمحتوياتها، هي كلها لا تتم تلقائيا من المتلقي الا اذا كانت رسالة الاتصال الجماهيري تتفق مع اتجاهاته القائمة.

ومن اجل هذا فان وظائف رسالة الاتصال الجماهيري تقويه الاتجاهات القائمة وليس تغيير او تحويل هذه الاتجاهات.

وارتباطا بما تقدم فان في استطاعة وسائل الاعلام ليس فقط - وكما جاء بالدراسة المتقدمة - ان تجعل المتلقي يتعرض لرسالتها انتقائيا طالما كانت تتفق مع اتجاهاته بل يمكنها ايضا ان تركز انتباهه على موضوعات معينة وقضايا قومية وقد تبين مثلا في دراسة عن التنمية الاجتماعية ومعرفة الجمهور المتلقي بمشكلاته القومية ان حوالي ٨٩٪ من عينة الدراسة حصلوا على معلوماتهم عن تلك المشكلات من وسائل الاعلام مباشرة، وفي دراسة عن تنظيم الاسرة فان ٧٢٪ من عينة هذه الدراسة، علموا تنظيم الاسرة من وسائل الاعلام. وبينت دراسات اخرى ان وسائل الاعلام تعتبر من احسن الوسائل التي تؤدي الى تأكيد وتثبيت القرار عن تنظيم الاسرة.[1]

---

(١) شاهيناز طلعت، مصدر سابق، ١٩٨٠ ص٢٧٤.

نظرية الخلاف الادراكى

Cognitive Dissonance

مفهوم هذه النظرية قد يشبه، والى حد ما المفهوم عن العوامل الانتقائية فالمتلقى طبقا لهذه النظرية يريد ان تكون معتقداته عن الاشياء واحكامه عليها ثابتة مع بعضها.

واذا طبقنا تلك النظرية على فكرة تنظيم الاسرة نجد انه بينما تؤكد رسائل الاتصال من اجل تبنى هذه الفكرة ان الاسرة الصغيرة (لديها ٢ أطفال على الاكثر) هى اسرة سعيدة، هذه الرسائل يمكن ان تخلق خلاف ادراكى مع الافراد الاخرين الذين يعتقدون ان اسرة كبيرة (لديها اكثر من ٣ اطفال) تعتبر اسرة متماسكة قوية تساعد رب الاسرة فى اعمال الفلاحة فى الريف.

وقد وضع «ليون فستينجر» نظرية الخلاف الادراكى سنة ١٩٥٧ حيث اكد انه يمكن تقليل الخلاف او التغاير الناتج من عدم ثبات المعتقدات والاحكام والسلوك، اذا تم ادخال عنصر جديد فى عملية الاتصال يؤدى الى ان تكون المعلومات ثابتة مع افكار وسلوك المتلقى ولذلك نجد ان المتلقى لا يتعرض – بل ويغلق – أى اتصال أخر يتعارض مع فكرة.(١)

وقد أجرى «فستينجر» بحثا عن التدخين والاتصال توصل فيه الى انه كلما زاد عدد الافراد المدخنين، وزادت بالتالى عدد السجائر التى يتم تدخينها يوميا، كلما انخفض عدد الذين اقتنعوا بوجود ارتباط بين التدخين وبين اصابة المدخن بسرطان الرئة، والعكس صحيح. واذا طبقنا نفس المفهوم على تنظيم الاسرة نجد ان ارباب الاسرة الذين لديهم اكثر من ثلاث اطفال (وأولاد) لا يعتقدون بأهمية وقيمة تنظيم الاسرة وعلى العكس من ذلك فان الوالدين فى اسرة صغيرة يعتقدان بأهمية تنظيم الاسرة وبأن الاسرة الصغيرة اسرة سعيدة قد لا تقابلها مشكلات مالية

---

(1) Festinger, (1954), op. cit.

(وغيرها) كالتى تقابل الاسرة الكبيرة. ولكن اذا ادخلنا فى عملية اتصال تنظيم الاسرة هنا عنصرا جديدا مثل الحوافز فانه ذلك قد يدفع أصحاب الرأى الأول- الذين لا يهتمون بتنظيم الاسرة ولا يتبنونه - الى التخلى عن رأيهم ويقومون بعملية التبنى.

ومن المتغيرات الاخرى التى لها تأثير على تغيير الاتجاهات طبقا لهذه النظرية، التجمعات وقادة الرأى والانماط الاجتماعية.

نموذج التأثيرات المعتدلة

The moderate Effects

اجريت فى السبعينات دراسات وبحوث متعددة على تأثير وسائل الاعلام على المتلقين وقد اظهرت نتائج تلك البحوث ان لوسائل الاعلام تأثيرات معتدلة على الجمهور المتلقى.

وقد اشتملت تلك الدراسات على عدة مداخل:

* نموذج البحث عن المعلومات
* مدخل الاستخدام واشباع الحاجات.
* وظيفة جدولة الموضوعات الادراكية
* نظرية النمط الثقافى.

وتشترك هذه المداخل فى مفهوم واحد وهو ان نموذج التأثيرات المحدودة قد بالغ فى الاشارة الى انخفاض تأثير الاتصال الجماهيرى على المتلقين، وذلك على الرغم من اننا قد نجد، فى بعض الاحوال، للاتصال الجماهيرى بعض التأثيرات الهامة.

ونستعرض فيما يلي بإيجاز وبشكل عام للمداخل السابق الإشارة اليها والتى تتضمن تأثيرات معتدلة:

١- نموذج البحث عن المعلومات

The Information seeking paradigm

يركز نموذج البحث عن المعلومات على سلوك الفرد فى البحث عن المعلومات ويحاول التعرف على العوامل التى تتحكم فى هذا السلوك. ويمثل هذا النموذج تحولا من التركيز على مصدر الاتصال الجماهيرى أو التركيز على رسالة هذا الاتصال - وهو ما كان منتشرا فى دراسة سابقة - الى التركيز على المتلقى ذاته وهو اساساً هدف عملية الاتصال.

وقد تأثرت الدراسات التى اجريت على نظرية البحث عن المعلومات بالتعرض الانتقائى. حيث حاولت كثير من الدراسات ان تختبر التنبؤ باسباب التعرض الانتقائى بأن افترضت أن الناس يختارون المعلومات التى تتفق مع اتجاهاتهم. وقد ايد جانب من الدراسة هذا التنبؤ والبعض الاخر لم يؤيده[١]. ويبدو ان نموذج البحث عن المعلومات قد اصبح، والى حد ما، مشابها لمدخل الاستخدام واشباع الحاجات[٢].

٢-مدخل الاستخدام واشباع الحاجات:

The Uses and Gratification Approach

يحاول مدخل الاستخدام واشباع الحاجات ان يحدد الوظائف التى يؤديها الاتصال الجماهيرى للجمهور المتلقى ويتم ذلك بشكل كبير عادة بسؤال هذا

---

(1) D.O. Sears and J.L. Freedman "Selective Exposure to Information", in Schramm and Roberts, (1971) op. cit., pp 209 - 234.

(2) C. Atkins "Inrstrumental Utilities and Information Seeking" In pefer Darke (ed) New Models of Comminication Research, Beverly Hills, Sage (1973).

الجمهور. وكما وجدنا في نموذج البحث عن المعلومات من انه يمثل تحولا من التركيز على مصدر ورسالة الاتصال الجماهيري الى التركيز على المتلقي - فان مدخل الاستخدام واشباع الحاجات يمثل ايضا تحولا من التركيز على اهداف المصدر الى التركيز على اهداف المتلقي وهو يختلف عن نموذج البحث عن المعلومات في انه، والى حد ما مدخل اوسع وعلى الرغم من ذلك فان المدخلين تم ادماجهما معا مؤخرا(١).

ويذكر «كاتز» ان معظم بحوث الاعلام حتى السبعينات - عند ظهور نظرية التأثيرات المعتدلة - كانت تهدف الى التحقق من تأثيرات حملات الاقناع على الجمهور المتلقي. وقد ذكر كاتز» ان بحوث الاعلام حتى هذا الوقت كانت تهدف معرفة الاجابة على السؤال التالي «ماذا تفعل وسائل الاعلام للناس؟» وقد اقترح «كاتز» ان يتم التحول عن هذا السؤال الى سؤال آخر: ماذا يفعل الناس بوسائل الاعلام؟»

وقد قام «كاتز» بتلخيص البحوث التي اجريت مؤخرا على جمهور المتلقين فيما يتعلق بنموذج» الاستخدام واشباع الحاجات باعتبار ان اهتمام الجمهور قد انصب على الحاجات الاجتماعية والنفسية تلك الحاجات التي عن طريقها يمكن معرفة التوقعات عن رسائل وسائل الاعلام أو المصادر الاخرى، والتي تؤدي بالتالي الى وجود انماط مختلفة للتعرض لوسائل الاعلام والذي ينتج عنه الاحتياج لاشباع حاجات ما والى نتائج اخرى قد لا تكون في معظمها متوقعة.(٢) .

وتظهر البحوث على نموذج الاستخدام واشباع الحاجات وجود درجات في تأثير البرامج التي تعرضها وسائل الاعلام يوميا. ويمكن ان تستخدم نتائج البحوث

---

(1) J.G. Blumfer and E.Katz(ed) The Uses of Mass communication , Beverly Hills, Sage (1974).
(2) R.A. Bauer, The Obstinate Audience in Shramm and Roberts (Eds) 1971 of. cit., pp 326-346.

على اشباع حاجات المتلقين في تغيير سياسات وسائل الاعلام التى لا تساعد على تلبيه حاجات ورغبات وتوقعات الجمهور المتلقى(١).

وفى رأيى ان المستهلك – أى المتلقى – هو الذى يحدد الوسيلة التى سيتعرض لها ومن المتوقع ان يتخذ قراره هذا استنادا الى درجة الاشباع التى ستحققها تلك الوسيلة له.

وعلى ذلك فان مدخل الاستخدام واشباع الحاجات قد يعطى ادراكا جديدا عن تأثير وسائل الاتصال الجماهيرى، ذلك أن هذه التأثيرات تعتمد على احتياجات الجمهور المتلقى ودوافعه.

٣– وظيفة جدولة الموضوعات الادراكية :

يمكن أن نقول عن وظيفة جدولة الموضوعات الادراكية التى تقوم بها وسائل الاعلام أنها قدرة تلك الوسائل على أختيار مسائل أو موضوعات معينة ترى أن المتلقى يرغب فى التعرض لها فتعرضها عليه وتؤكد عليها. ومن ثم فان وسائل الاعلام تعد رسائلها بشكل يدرك معه الجمهور المتلقى أهميتها. ويمكن أن نضع هذا المفهوم فى أصطلاح سببى أو علاقة سببيه كما يلى:

أنه عندما تزداد أهمية مسألة ما فان عرضها فى رسائل وسائل الاعلام يسبب، أو يؤدى الى أدراك المتلقى لأهمية هذا الموضوع (٢).

واستنادا الى هذا فانه باستطاعة وسائل الأعلام أن تصور مشكلة تزايد اعداد السكان مثلا على أعتبار أنها مسألة قهرية وأن تبين تنظيم الاسرة هو أمر حيوى وضرورى لحياة الفرد.

---

(1)Westley, B.H. "Reviwe of the Emergence of American Political Issues Journalism Quarterly 1977 pp 172-73.

(2)M.E.Mc Cambs and D.L. Shaw " The Agenda- Setting Functian of the Press" in D.H. Shaw and M.E. Combs, (Eds) The Emergence of the Americen Political Issues, St. Paul Mihn: West, 1977, pp 1-18.

أذن فان لوسائل الاعلام قوة وقدرة على التأثير على الاحداث الهامة التى تتوارد فى الجهاز الادراكى للمتلقى. فنجد أن الصحيفة مثلا هى المحرك الاساسى للجمهور المتلقى فى أن يقوم بجدولة الموضوعات الادراكية عن الاحداث القومية. وهى تلعب دورا كبيرا فى تحديد الموضوعات التى سيتكلم عنها الناس والحقائق التى سيفكرون فيها والطرق التى سينظر اليها معظم المتلقين على أنها هى تلك التى يجب أتباعها عند التعامل مع المسألة أو المشكلة. (١).

وقد أقترح «ويسلى ماكلين» نموذجا بين أن وجود وسائل الأعلام مرهون بامكانياتها فى أعطاء الجمهور المتلقى الشىء الذى يريده، أى امكانيتها فى اشباع حاجاته. ومن ثم فان من خصائص وسائل الاعلام أن لديها القدرة على التأثير واجراء التغيير الادراكى عند المتلقى، وأنها تشكل تفكيره، وهو ما يعتبر أهم وأكبر تاثير ممكن لها على المتلقى، أى أنها بذلك تعمل على تنظيم أذهان العالم من أجلنا.

ولكن ومع ذلك فان الصحيفة قد تختار بعض المسائل التى ليس لها أهمية كبيرة عند المتلقى ثم تعرضها عليه فى أوقات معينة فيقوم بجدولة هذه المسائل فى ذهنه(٢)

٤- نظرية الانماط الثقافية :

تذكر نظرية الانماط الثقافية أن لوسائل الاعلام تأثير غير مباشر على سلوك المتلقين بقدرتها على تكوين الانماط الثقافية. وتعتمد هذه النظرية على ان بأستطاعة وسائل الاعلام من خلال العرض الاختيارى لمسائل والتركيز عليها، خلق أنطباعات معينة لدى المتلقين يمكن معها تكوين انماط ثقافية مشتركة مرتبطة بهذه المسائل بطريقة محددة (٣).

---

(1) S.Oskamp, Attitudes and Opinions, Englewood Cliffs, N.J: Prentice - Hall, 1977.

(2) Westley, op. cit, 1978.

(3) Defleur Melvin Theories of Mass communicarion - New York: David Mc. Kay, 1970.

وطالما أن الأنماط الثقافية ترشد الفرد الى أتخاذ سلوك ما نحو مسألة ما فان وسائل الأعلام ستؤدى دورا غير مباشر فى التأثير على الجمهور المتلقى. ومن ثم فان هذه النظرية تشبه وظيفة جدولة الموضوعات الادراكية التى تبين أن وسائل الاتصال الجماهيرى تشكل «الصورة فى أذهاننا» نحو مسألة ما. وقد تناولت كتابات عديدة مثلا تأثير التليفزيون على أنماطنا عن العنف. وبينت الابحاث أنه كلما زادت ساعات مشاهدة التليفزيون كلما كانت نظرة المشاهدين للعالم أنه مكان سيء وخطير. كما بينت أيضا دور الإعلام فى تشكيل القيم والانماط وعلى الأخص فيما يتعلق بالماديات والإستهلاك(١).

نمـوذج التأثيـر القوى

وهذا النموذج يختلف عن نموذج الإعلام القوى كما سنوضح. وقد بدأ نموذج التأثير القوى فى الظهور اوخر السبعينات ، وقد أجريت دراسات عديدة عنه تبين أنها اتفقت على أنه قد يكون للاتصال الجماهيرى تأثيرا قويا أذا أتبعت مبادىء الاتصال عند أعداد البرامج أو الحملات.

ومن مباديء الاتصال:

١- أن التأثير القوى قد يظهر عندما يتم تكرار الرسائل خلال فترة معينة من الزمن. ويظهر هذا التأثير فى الرسائل المكررة بدرجة اكبر من ظهوره فى رسالة واحدة.

٢- من المهم أن يتم تحديد الجمهور المتلقى مع التركيز عليه .

٣- يجب أن تحدد أهداف الحملة بدقة وعناية فائقة، كما يجب أن ترتبط رسائل الاتصال بهذه الاهداف.

---

(1) G. Gerber and L. Grpss "The Scary World of T.v. heavy viewing," Psychology Today, 11: 1979, pp 41-45.

٤- يمكن أستخدام الافكار المنبثقة من نظرية الاتصال فى تنمية الموضوعات والرسائل والوسائل.(١)

وفى دراسة قامت بها الباحثة الالمانية فى علم الاتصال «اليزابت نويل نيومان» ونشرتها سنة ١٩٨٣ ذكرت أن لوسائل الأعلام تأثير قوى على الرأى العام. وقد قلل من شأن هذا التأثير وكما أشرنا، بعض المفكرين فى الماضى القريب ولم تتم متابعة هذا التأثير وكانت الابحاث فيه محدودة.(٢).

وقد أقترحت الباحثة وجود ثلاث خصائص تميز الأتصال الجماهيرى، وهى الجمع والانتشار والاتفاق وتذكر الباحثة أن الخصائص تتحد معا لكى تعطى تأثيرات قوية على أتجاهات وأراء الجمهور المتلقى وتقول الباحثة أن المقصود من خاصية الاتفاق أن الأتصال يعرض صورة موحدة لحدث ما أو مسألة ما يمكن تطويرها. وهذه الصورة تعرضها عادة صحف مختلفة على صفحاتها كما يعرضها التليفزيون. وتأثير خاصية الاتفاق هذه أنها تتغلب على التعرض الانتقائى - طالما أن الجمهور المتلقى لا يمكنه أختيار أى رسالة أخرى - وأنه يعطى الانطباع بأن معظم الجمهور مضطر أن يدرك المسألة بالطريقة التى عرضتها بها وسائل الأعلام.

وتربط «نويل نيومان» الفكرة التى تطرحها عن خاصية الاتفاق بفكرة «ليمان» فى الماضى، بأن وسائل الأعلام تعطى «صورة معينة للحقيقة» ولا تعطى الحقيقة نفسها.

وتذكر الباحثة أن هناك عدة عوامل تتفاعل معا لكى تنتج خاصية الاتفاق. ومن هذه العوامل.

القيم الأخبارية المشتركة بين الناس، والأعتماد المشترك على مصادر المعلومات وقد توصلت الباحثة «نويل نيومان» الى نظرية «التزام الصمت» (وقد

---

(1) Elizabeth Noell - Neumann " Return to The Concept of Powerful Mass Media " Studies of Broadcasting , 1973, pp. 66-112

(2) Elizabelh Noell - Neumann, The Spiral of Silence, Chicago, Univ. of Chicago Press, 1983.

اسمتها «الصمت الحلزوني» "The spiral of Silenee" ويؤدى هذه النظرية أن أدراك المتلقى لتوزيع الرأى العام يؤدى به الى التعبير عن رأيه.

فعندما يتعرض الناس لوسائل الاعلام يعرفون رأى الأغلبية تجاه مسألة ما ومن ثم فاننا نجد أن الذين يرون أن رأيهم يتفق مع رأى الاغلبية هم أكثر من غيرهم رغبة في التعبير عن هذا الرأى. وعلى العكس من ذلك فان الذين يجدون أن رأيهم يتفق مع رأى الأقلية، وليس مع رأى الأغلبية، يكون لديهم دافعا قويا «للالتزام بالصمت». ولهذا فقد نجد أن مجموعات من الأفراد - ومن المحتمل أن يكونوا ضمن الاغلبية - قد يفقدوا الثقة وينسحبون من المناقشات العامة في المسألة العامة فهم يغيرون من موقفهم وبسرعة، وارضاء لأنفسهم فانهم «يلتزمون الصمت».

وقد لعبت وسائل الاعلام دورا هاما في تحديد المسائل موضع الاهتمام القومي. ولذلك فان هذا المدخل (التاثير القوى) قد يستخدم في تنظيم الأسرة، اذ تستطيع وسائل الأعلام أن تعطى صورة من خلال مسلسل يوحى مضمونها مثلا أن أغلبية الجمهور يستخدم وسائل ضبط الأنجاب وهى ما تجعل حياتهم أفضل وأسهل وأسعد. ويهم ان نوضح أنه في أعداد مضامين رسائل اتصال تنظيم الاسرة لا ينبغى أن تشتمل تلك المضامين على مميزات استخدام وسائل هذه الفكرة فحسب بل لابد أيضا من عرض سلبياتها (أو مساوئها) - وبشكل لا يمنع من التبنى - حتى لا تتعرض تلك الرسائل لدعاية ورسائل مضادة توقف أو تمنع عملية التبنى.

الفصل الرابع

التغيير الاجتماعى

قدمنا في الفصل الأول عرضاً لموضوع الأعلام بمفاهيمه المختلفة ومشاكله المتعددة، وبعضا مما ظهر عنه فى صورة بحوث أو كتب مع شرح الدور الهام الذى يقوم به الإتصال الشخصى فى عمليات الإقناع والتأثير. ثم تعرضنا فى الفصل الثانى لقادة الرأى في الريف المصرى ولدور هؤلاء القادة فى التنمية الريفية لما لذلك من أهمية في التنمية ثم أوجزنا فى الفصل الثالث بعض نظريات الاتصال ومدى قوة وضعف وتأثير كل منها على المتلقى .

ونقدم في هذا الفصل عرضاً لمفهوم التغير الاجتماعى وطبيعة التطور الذى مر به ذلك المفهوم مع ذكر النظريات المختلفة التى ظهرت فى هذا المجال وكذلك مفاهيم المراحل المختلفة للتغيير سواء على مستوى التنمية للنظم الاجتماعية أو على مستوى العصرية بالنسبة للفرد فى المجتمع. علماً بأن ما نريد التركيز عليه فى هذه الدراسة هو التنمية للنظم الاجتماعية.

هذا وقد دأب الإنسان دائماً على الاهتمام بالعمليات التى تؤدى إلى تغيير بيئته الاجتماعية. وقد زاد الاهتمام بالتغيير الاجتماعى فى السنوات الأخيرة أثر المحاولات الواسعة النطاق التى تبذلها الشعوب والهيئات الوطنية والدولية لإحداث التغير الاجتماعى والاقتصادى الموجه فى الدول الأقل نمواً فى اسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية.

وقد أوضح روجرز أن التغيير الاجتماعي هو العملية التي تحدث بواسطتها تغييرات في بناء النظام الاجتماعي ووظيفته. فمنها ثورة وطنية، واختراعات في إطار التكنيك الصناعي، وتأسيس مجلس تحسين القرية، وتقبل الأسرة للأفكار المستحدثة (١).

ويتشكل البناء الاجتماعي من مختلف الأوضاع الاجتماعية للأفراد والجماعات الذين يكونون المجتمع. وأما عنصر الأداء داخل إطار هذا البناء فهو عبارة عن الدور أو السلوك الفعلي للفرد في وضع إجتماعي ما. وعليه فإن الوضع الاجتماعي والدور يتأثر أحدهما بالآخر. وعلى سبيل المثال فإن الوضع الاجتماعي لوزير التربية والتعليم يحدد كيف يتصرف الفرد الذي يقوم بهذه الوظيفة خاصة بصفته الرسمية، حتى أنه إذا لم يتصرف على النحو المنتظر منه ربما تعرض لتغيير وضعه الاجتماعي. وبالمثل فإن البناء والأداء الاجتماعي مرتبطان بعضهما ارتباطاً وثيقاً ويؤثر كل منهما في الآخر، فإذا طرأ تغيير على أحدهما أثناء عملية التغيير الاجتماعي تأثر الآخر بذلك التغيير أيضاً (٢).

ويعتقد إتزيوني "Etzioni" أن التغيير الاجتماعي قد ينبع من مناطق نظامية عديدة، محدثاً بذلك تغييراً في مناطق أخرى. وهذه بدورها تدخل كثيراً من التعديلات في الأسس الأصلية للتغيير. وتعد العوامل التكنولوجية والاقتصادية والسياسية والدينية والأيديولوجية والسكانية والطبقية من المتغيرات المستقلة المرتقبة التي يؤثر بعضها على البعض الآخر وفقاً لمسار المجتمع (٣).

---

(1) Everett Rogers and Lynne Svenning, **Modernization among Peasants** New York, Holt Reinehart and Winston, Inc. 1969, p. 3.

(2) Berlo, 1960, op. cit., p. 135 -147.

(3) Amitai Etzioni and Eva Etzioni, (eds) **Social Change**, New York, Basic Books Inc., (2nd - ed.) 1973, p.7.

مصـــادر التغييـر وأنماطهـا

تتناول هنا النظريات الكلاسيكية والنظريات الحديثة

النظريات الكلاسيكية

يرى سبنسر "Spencer" أن نمو المجتمع هو عملية تطور، أى أنها نموذج أمثل للتطور العضوى لعملية نمو، تزيد التعقيد، وتزيد التمييز فى البناء وفى الوظيفة كما تزيد من الاعتماد المتبادل والمتزايد بين الأجزاء المختلفة للمجتمع (١).

ويرى كومت "Comte" أيضاً أن المجتمع إنما هو عملية تطور وتقدم، وقد عرف مهمته بأنها إيجاد الخصائص الموحدة التى تحكم هذا التقدم (٢).

وأما سبنجلر "Spengler" فقد كانت له وجهة نظر معارضة يشوبها التشاؤم. ففى رأيه أن الوجود البشرى ما هو إلا سلسلة لا نهائية من الارتفاع والانخفاض، وكل ثقافة مثلها مثل الإنسان، لها مراحل فى الحياة من الولادة، إلى الطفولة، إلى النضوج، إلى الشيخوخة ثم إلى الموت.

ويرى سبنجلر "Spengler" أن الغرب قد تجاوز مرحلة النضوج، وهى التى أسماها «بالثقافة»، وأن يخطو خطوات واسعة فى مرحلة التدهور التى أسماها «بالحضارة»(٣).

وقد شبه باريتو "Pareto" التغيير السياسى بدوران العجلة التى تظل هى نفسها لا تتغير. فالتغيير لا يحدث استجابة للتعبئة السياسية بين الجماهير أو لصالح طبقات اجتماعية معينة وإنما هو مجرد شئون متداخلة بين الصفوة من الناس (٤).

---

(1) Herbert Spencer. Sociology, New York: Appleton and co. 1892, Vol. I pp. 437-585.

(2)Auguste Comte, **System of Positive Polity,** London: Long-mans, Green and co., 1877. Vol. Iv pp. 555-558.

(3) Oswald Spengler, **The Decline of the West,** New York: Alfred a. Knopf Inc. 1929, pp. 104-113.

(4) Vilfredo Pareto, **The Mind and Society:** A Treatise on General Sociology, Translated by A. Bongiorno and A. Livingston, New York: Dover publications Inc. 1935. pp. 1422 - 1432.

والنظرية الماركسية فى أساسها نظرية تهدف إلى التقدم. ذلك أن التقدم نحو مجتمع لا طبقى يمر بأنواع من الصراع الجدلى، تطيح فى كل منها الطبقة المحكومة بالطبقة الحاكمة (مثل إطاحة البرجوازية بالأرستقراطية) بهدف إقامة مجتمع جديد تنمو فيه طبقة جديدة محكومة لتعيد الكرة. هذا ولا تعد هذه الحلقات بلا نهائية أو بلا معنى. وقد رأى ماركس أن العجلة دارت الآن دورتها الأخيرة، وأوشكت القصة على نهايتها بقيام ثورة البروليتاريا. إذ أن انتصار البروليتاريا سيؤدى إلى ظهور مجتمع لا طبقى، أى مجتمع لا يعرف الصراعات الخطيرة وبالتالى لا يعرف الثورات [1].

أما نظرة ويبر "Weber" للتغيير فذات فرعين. ففى رأيه أن البناء الاجتماعى يلحق بالتنمية الثقافية تحت تأثير فترات من الجاذبية، ينفتح عندها البناء الاجتماعى لمرحلة إعادة التنظيم عن طريق نظم ثقافية أكثر منطقية [2].

وهذه النظريات الكلاسيكية فى التغيير الاجتماعى ترى أن قوى التاريخ تنبع من داخل المجتمع الإنسانى- من بنائه الاقتصادى أو من ثقافته. ومن ثم، فإن هذه النظريات ترسى، حقاً، أسس علم الاجتماع المعاصر الذى نبذ تماماً عدداً آخراً من النظريات التى ترى أن المجتمع والتغييرات الطارئة عليه تحددها قوى تنبع من خارج النظام الاجتماعى. وهى بذلك قد استبعدت النظريات التى تعزو التطور التاريخى للإنسان أساساً إلى قوى تفوق القوى الطبيعية وعوامل بيئية (مثل المناخ) أو بيولوجية (مثل الأجناس) [3].

وعلى الرغم من أن هذه النظريات الكلاسيكية غير ملائمة إلا أنه لا يوجد لها بديل من النظريات الحديثة للتغيير الاجتماعى[4]. إذ لا توجد نظرية كاملة للتغيير

---

(1) Karl Marx and Frederick Engels, **Manifesto of the Communist party**, New York: International Publishers, 1932 pp. 9-21.

(2) Max Weber, **The Theory of Social and Econo mic Organization**, translated by Talcott Parsons, New York: Oxfrd University Press, 1947 pp. 23 - 27.

(3) Etzioni and Etzioni, 1973, op. cit., p. 8.

(4) Etzioni, Etzioni, 1973, op. cit. p. 9.

الاجتماعي، كما لا توجد نظرية عامة كاملة الجوانب للمجتمع. وهناك نماذج مختلفة ولكن لا يوجد واحد منها يمكن القول عنه أنه يغطي جميع أشكال التغيير المحتملة؛ إذ أن تنمية عدد من الوحدات الاجتماعية ربما تتبع أنماطاً مختلفة .

النظريـات الحديثـة

يقترح بارسون "Parsons" بعض العناصر لنظرية عامة للتغيير. وأهم نقطة يستعرضها هي التقدم الذي أحرز منذ أوائل الخمسينيات باعتبار أن التغيير لا يشكل إلا نوعاً من عدم التوازن- أو شيئاً يحافظ على التوازن- فحسب، بل أيضاً باعتباره عملية تتمكن بشكل حاسم من إحداث تغير في التوازن نفسه. وقد بنى بارسون دراسته عن التغيير على فكرة التمييز والطرق الجديدة للتكامل التي تتطلبها فهي دراسة لإصلاح البناء الاجتماعي. وفي بدء العملية نرى نظاماً متوازناً يتعرض للإضطراب لا في بعض أجزائه فحسب بل في كيانه. وفي نهاية العملية نرى توازناً جديداً قد نشأ. ويسمح لنا النموذج بتحليل اتجاه بعض التغييرات البنائية والتنبؤ بها إلي حد ما. ومن غير شك فإن نموذج التمييز يمكن أن يقدم العناصر المكونة لنظرية التغيير الاجتماعي (١).

أما ستيوارد "Steward" فإنه يبحث عن مدخل جديد لدراسة التطور، من شأنه أن يتحاشى هذه الهزات. فهو يقول أن هناك عدة أنماط يمكن لسير الحضارة أن يتبعها، ويوسع الدراسات التطبيقية أن تظهر الظروف التي تجعل مجتمعاً ما يتبع هذا الطريق بدلا من ذاك. وهكذا فعلى الرغم من التقطع والإيقاع الدوري للصعود الهبوط وخلافه، يبدو أن المجتمعات تتطور من الصغير والبسيط إلى الكبير والمركب(٢).

---

(1) Talcott Parsons, "Some Considerations on the Theory of Social Change", **Rural Sociology**, XXVI, 1961, No. 3, pp. 219 - 239.

(2) Julian Steward, "Cultural Evolution" **Scientific American**, CXCIV, 1956, No. 5 pp. 70 - 80.

ويتناول تحليل كروبر "Kroeber" مدخلا مرتبطاً بعلم الأجناس، فهو يرى أن انتشار الافكار المستحدثة يهدف أساساً إلى تفسير التغيير في مجتمع ما عن طريق البحث عن أصله في مجتمع آخر. وهو يبين أن الانتشار من العوامل المهمة في تحليل التغيير (١). ولكن القائلين بالانتشار تجاوزوا الحد في محاولة بناء إطار لدراسة التغيير حول هذا المتغير الواحد (انتشار الافكار المستحدثة).

ويدرس إتزيوني "Etzioni" الظروف التي تمكن المجتمع من توجيه العمليات التي تحكم حياة الناس وتعيد تشكيل مجتمعهم، بدلا من أن تظل عرضة لقوى غير مفهومة أولا يمكن التحكم فيها، حسب التعريف التقليدي. أنه يقول أن المتغيرات الحاسمة للتحويل هي المعرفة، والاستراتيجية والسلطة، والإجماع العام والتعبئة (٢).

وقد تمكنت الدراسة السيكولوجية من جذب الأنظار في السنوات الأخيرة، ويرجع الفضل في ذلك إلى مساهمة ماك كيلاند، وهاجن "Mc Clelland and Hagen" في دراستهما عن التغيير المتصل بالتنمية (٣). وحسب هذه الدراسة تتركز القوى الدافعة للمجتمعات ليس في عوامل بيئية أو أفكار أو صراع اجتماعي بل في الأفراد الذين يتمتعون بدوافع الإنجاز العالية "Achievement Motivation". وإذا أردنا التنبؤ بمعدل مستقبل التنمية الاقتصادية لمجتمع ما، علينا أولا أن ننظر إلى المستوى العام لروح المجتمع المغامر، كالذي ينعكس مثلا في موضوعات «أدب الطفل»، أكثر مما ننظر إلى العوامل الخارجية مثل شكل النظام الاقتصادي رأسمالياً أو اشتراكياً أو شيوعياً. ويتأثر النجاح الاقتصادي لدولة ما، كل التأثر بالدافع الفردي للإنجاز لدى المديرين سواء في الحكومة أو الأعمال الحرة.

---

(1) Alfred Kroeber, "Diffusionism" in Amitai Etzioni and Eva Etzioni (es0, 1973, op. cit., pp. 140 - 144.

(2) Amitai Etzioni, "Towards a Theory of Sociel Guidance" **The American Journal of Sociology,** Vol. 73, No. 2, Sept. 1967 pp, 173 - 187.

(3) - David Mc Clelland. **The Achieving Society, Princeton, N.J.** : Van Nostraud, 1961.

- Everett Hagen, **On the Theory of Social Change,** Home-wood, III. : The Dorsey Press, 1961.

ويكتسب الانسان هذه القوة الدافعة للإنجاز فى سنوات التكوين (مرحلة الطفولة) ثم يتأثر بالنباء الاجتماعى للاسرة والثقافة [1].

المجتمع العصرى

لا تزال كثيراً من المجتمعات المعاصرة تقليدية فى أساسها، بمعنى أن البناء الديمغرافي والاقتصادى والتعليمى والدينى والسياسى فيها يشبه إلى حد كبير ما كان موجوداً منذ قرون سابقة قبل دخول العصرية إليها. فهذه المجتمعات تتأثر، ولا شك، بالاتصال بمجتمعات حديثة أخرى وذلك على الرغم من وجود قسط وافر من الديناميكية للتغيير فيها، وبناء عليه فقد بدأت الغالبية العظمى من هذه المجتمعات تخطو نحو العصرية، على الرغم من اختلافها إلى حد كبير فى طريقة البداية والتوقيت، والمرحلة التى وصلت إليها، والسرعة، والنظام، والطريق الذى سلكته فى سبيل التنمية، بالإضافة إلى النتيجة النهائية التى تسعى إليها[2].

وقد قام كثير من الباحثين بدراسة عملية العصرية "Modernization" من وجهة نظر المجتمعات التقليدية أو الانتقالية المعاصرة. وقد تبين لهم أن الانتقال من مجتمع تقليدى إلى عصرى آخر يشمل ما يلى:

١- ثورة سكانية يهبط فيها بشدة معدل الوفيات والمواليد.

٢- الحد من نمو الأسرة وتضخمها.

٣ - دعوة طبقات المجتمع لزيادة معدلات خفة الحركة.

٤- الانتقال من البناء القبلى إلى بيروقراطية من نوع ديموقراطى.

٥- الحد من تأثير الدين.

٦- فصل التعليم عن الأسرة وحياة المجتمع.

---

(1) David Mc Clelland, "Business Drive and National Achievement" **Harvard Business Review, XL.**, 1962, No. 4.

(2) Etzioni, 1973, op. cit., p. 263.

٧- نمو الثقافة الجماهيرية التي يغذيها التعليم الجماهيري وتطوير وسائل الاتصال الإعلامية.

٨ - إتباع سياسة الاقتصاد الحر وزيادة التصنيع.

ولكن حتى في أثناء حدوث هذه التغييرات الثورية، مثل تحول المجتمعات التقليدية إلى أخرى عصرية، تحدث تغييرات هامة داخل المجتمع العصري نفسه. ويشير النمط العام للتغييرات أن عملية العصرية (على الأقل في بعض الدول الغربية) قد تمت، أو كادت، أو بعبارة أخرى أن التغييرات الجوهرية للعصرية قد استنفدت(١).

ويرى ليرنر "Lerner" أن النموذج الغربي للعصرية يعرض مكونات معينة لها قيمة عالمية. ويقول أنه من الناحية العملية لن توجد زيادة ملموسة في محو الأمية إلا بعد أن تصل نسبة الحضرية "Urbanization" في دولة ما إلى حوالي ١٠٪. ولذلك فإن الحضرية ومحو الأمية ينموان معاً إلى أن يبلغا نسبة ٢٥٪. وحين تصل نسبة الحضرية إلى ٢٥٪، حينذاك تتناسب العلاقة الوثيقة لنمو الوسائل الإعلامية مع الزيادة في محو الأمية. إن زيادة التعرض للوسائل الإعلامية أدت إلى زيادة إسهام الجماهير في الحياة الاقتصادية والسياسية (مثل دخل الفرد والتصويت في الانتخابات).

ويضيف ليرنر أن الدراسات الحديثة قد دلت على أن نفس النموذج الأساسي يعود إلى الظهور في جميع قارات العالم بصرف النظر عن تنوعها في اللون والعقيدة والثقافة (٢). وهذا يعني أن أهمية النموذج الغربي ليست فقط في قيمته الأثرية بل تمتد إلى مشاكل التنمية في الدول المعاصرة في الشرق الأوسط (٣).

---

(1)Etzioni, 1973, op. cit., p. 177.

(2) - Lerner, op. cit., p. 46,

- Daniel Lerner, "International Cooperation and Communication in National Development" in Lerner and Schramm (eds) Communication and Change in the Developing Countries, Honolulu: East-West Center press 1972, pp. 98- 102.

(3) Max Millikin and D.L.M. Blackmer The Emerging Nations Boston, Van Nostrand, 1961.

ويقول ماك كليلاند "Mc Celland" أن جزءاً من عملية العصرية يشمل تعلم مهارات جديدة وقبول أفكاراً جديدة عن طبيعة العالم والعلاقات الإنسانية. أما الجزء الآخر من العملية فيقتضى قبول قيم جديدة وتغيير الأفضليات. وهناك بعد آخر للعملية أكثر عمقاً ينادى بتغيير أساسى من أجل تبنى الأفكار المستحدثة وتغيير الاتجاه الذى يظهر فيه أن الطاقات الإنسانية يمكن توجيهها توجيهاً سليماً. ومن الواضح أن المشاكل التى تعرقل التنمية السياسية لا ترتبط بالتردد فى اتخاذ القرار السليم بقدر ارتباطها بالاضطرابات الناتجة من تعدد الدوافع والرغبات والقدرة على الحسم فى القرار.

وقد أمكننا فى السنوات الأخيرة أن نزيد معرفتنا عن أن مجرد تحطيم القيود التقليدية لبعض الناس لا يمكن أن تعنى انطلاقهم فى تحقيق أهدافهم الإنتاجية وتنمية قدراتهم على الإنجاز (١).

ويرى شرام "Schramm" أن التنمية تعنى زيادة سريعة فى إنتاجية المجتمع نتيجة لميكنة الزراعة، وأن قلة الإنتاج هو نتيجة لاستعمال الأدوات البدائية فى الزراعة، وعدم وجود أو نقص السماد، والافتقار إلى الآلات، مع وجود نسبة عالية للإستهلاك. ولكن هنا عدة متطلبات للتنمية يجب أخذها فى الحسبان وهى: التربية، محو الأمية، التدريب، المهارات الميكانيكية، التعليم، تحسين الصحة، ووجود التسهيلات المعيشية(٢). وتعد كل هذه متطلبات أساسية تمكن أية دولة من استخدام مواردها البشرية استخداماً كاملا.

ويحلل سملسر، وبارسون "Parsons, Smelser" عملية التغيير التى تنال بها وظائف المجتمع الرئيسية استقلالا فى البناء. فعن طريق العصرية تبرز وحدات

---

(1) David Mc Clelland, "National Character and Economic Growth in Turkey and Iran." in Lucien Pye (ed) Communication and Poli-tical Development, Princeton. N.J. Princeton University Press, 1963, pp. 152-181.

(2) Wilbur Schramm. **Mass Media and National Development**, California, Stanford University Press. 1964. p. 23

إجتماعية خاصة. وقد كانت الأسرة هى الوحدة التى يوجد من خلالها العمل والدين والتعليم من بين أشياء أخرى. أما الآن فقد انتقل العمل إلى المصنع والمكاتب، كما انتقلت الخدمات الدينية إلى الكنائس والمساجد، أما التعليم الرسمى فقد انتقل إلى المدارس (١).

وبصفة عامة فإن الانتقال ليس دائماً عملية سهلة. والعصرية لا يمكن أن تحدث دون إحداث تصدع فى الأنماط القديمة.

وقد ناقش روستو "Rostow" التنمية الاقتصادية ومفهوم «الانطلاق» "TaKe-off" الذى أصبح منذ ذلك الوقت تعبيراً يستعمل فى العلوم السياسية وعلم الإجتماع. ففى رأيه أن الانتقال أو نقطة الانطلاق هذه تحدث خلال فترة محدودة من الزمن – جيل أو أقل – وأنه يحتمل أن تكون هذه النقطة نتيجة تنمية قطاعات إقتصادية معينة (٢).

أما مور، وبنديكس "Moore and Bendix" فكلاهما يرى أن الطابع المميز للعصرية هو التصنيع، إذ أنه القاعدة للانطلاق الاقتصادى. كما يركز الكاتبان على المظاهر غير الاقتصادية للتصنيع، وأثرها أولا على القيم والدوافع المعقدة (٣).

وأما إيزنستات "Eisenstadt" فيركز دراسته عن العصرية على الإطار الاجتماعى السياسى. ويرى أن الأزمات التى تواجهها العصرية فى إندونيسيا وباكستان وبورما والسودان جاءت نتيجة تصاعد فى السلطة السياسية وتعبئة

---

(1) Neil Smelser, "Mechanism of Change and Adjustment of Changes" in Wilbert Moore and Bert Hoselitz (eds) **The impact of Indnstry,** Paris: International Social Science Council, 1975.

(2) Walt Rostow, "The Take off into Self-Sustained Growth,"**The Economic Journal, IXVI,** 1956, No. 261, pp. 25-48.

(3) - Reinhard Bendix, "Industrial, Ideologies and Social Structure," **American Sociological Review XXIV** 1959. No. 5pp. 616-623.

- Wilbert Moore," labor Attitudes Toward Industrializa-tion in Underdeveloped Countries" **The American Economic Review XLV** 1955, No, 2, pp. 156-165.

الوحدات الاجتماعية مع الافتقار إلى تنمية موازية للنظام السياسى[1].

ويتساءل جسفيلد "Gusfield" عن حجم التغيير الذى تتطلبه العصرية. ويستنبط من هذا أنه ليس من الضرورى أثناء عملية التغيير أن يحل الجديد محل القديم، وبصفة عامة فإن قوى العصرية لا تضعف التقاليد [2].

ومن ناحية أخرى فإننا نؤيد ما يدعو إليه عنايات الله من الحث على وجود نمط أو هدف للتنمية لا يكون غربيا ولا يفرض على شعوب الدول النامية. فرأيه ضد النظرية التي تقول أن العالم بأكمله متجه فى حركة سريعة نحو نفس المصير ونفس نظام القيم الذى حدث للرجل الغربي. وهو لذلك يطلب مفهوماً جديداً للتنمية خاصاً لشعوب الدول النامية ولا يجب أن يقبل هذا المفهوم الاقتراحات القائلة بأنه من السهولة بمكان إحداث التنمية بأى مجموعة من القيم أو أن التقدم التكنولوجى لا يتم إلا على حساب كرامة الفرد. وهذا يتطلب أن تبتدع المجتمعات النامية طرقاً جديدة للتنمية يقوم الشعب بابتكارها ولا تكون مفروضة عليه، ولا يجب أن تفرض عليه عن طريق المعونة الغربية أو عن طريق نظام وطنى يميل إلى العصرية. يجب أن يكون النمط نابعاً من المجتمع وأن يكون وليد اختيار حر للشعب فى أية دولة [3].

عمليـــات التغـــيير

إذا نظرنا إلى تحليل معظم عمليات التغيير لوجدنا أن مختلف أجزاء أى نظام إجتماعى يعتمد بعضها على البعض الآخر. بحيث أن إية تغييرات فى قطاع ما، تتبعها ضغوط تتطلب تغييرات للاصلاح فى القطاعات الأخرى، وذلك إذا ما

---

(1) S.N. Eisenstadt, **Breakdowns of Modernization in Economic Development and Cultural Change Vol. XII, No. 4, July 1964,** pp. 345-367.

(2) Joseph Gusfield, "Tradition and Modernity: Misplaced Polarities in the Study of Social Change". in **American Journal of Sociology,** Vol. 72, No. 4, Jan. 1967, pp. 351-362.

(3) Attiya Inayatullah, "**Toward a Non-Western Model of Development**" in Lerner and Schramm, 1972, op. cit., pp. 98-102.

حرص النظام الاجتماعى على الإبقاء على نفسه، ويقول شرام "Schramm" أن جميع النظم السلوكية تحاول أن ترتفع بمستوى الأداء المرغوب إلى أقصى حد مع التقليل من التوتر والصعوبات إلى أدنى الحدود. وأن هذا الأداء المرغوب يعكس الحاجات والأهداف والقيم، بينما تعكس التوتر والصعوبات، الشعور بالخيبة، والجهد المصحوب بسلوك فى اتجاه معين. ومن الصعب بمكان حتى بالنسبة لأحسن الأجهزة الإدارية أن تستبعد الضغوط كلية، وبناء عليه فإن هدف القيادة هو أن تعمل فى حدود مستوى مقبول من الضغوط(١).

ويرى هوسر "Hauser" أن المصدر الأساسى للخلافات الاجتماعية المتداخلة والضغوط لا يوجد فى العلاقات بين الطبقات أو الأجناس ولكن يوجد بصفة عامة: بين السكان فى مختلف المناطق السكنية (٢).

وأما ماك إيفر "Mac Iver" فيتناول العوامل التى تسرع بالتغييرات الاجتماعية الرئيسية. وهو يرى أنه من الخطأ النظر إلى مثل هذه العوامل على أنها منفصلة عن غيرها، بل يجب وضعها فى إطار النظام ككل أثناء تغييرة (٣).

ويعتقد ليرنر "Lerner" أن عملية العصرية تبدأ عندما ينتبه الفلاح إلى حقه فى حرية الامتلاك، وعندما يفكر ابن المزارع فى تعلم القراءة لكى تفتح له أبواب العمل فى المدينة وعندما ترغب زوجة المزارع فى وقف إنجابها للأطفال، وعندما تريد إبنة المزارع إرتداء ثوب جديد وأن تعتنى بشعرها (٤).

ومتى تم غرس بذور التغيير كان من الضرورى أن نتعلم الكثير من المهارات الجديدة إبتداء من معرفة القراءة والكتابة إلى الزراعة والصحة وبعض الأعمال الفنية

---

(1) Wilbur Schramm, "Communication Development and the Develo Pment Process" in Pye, 1963, op. cit., pp. 30 - 57.
(2) Philip Hauser, "The Chaotic Society: Product of the Social Morphological Revolution", in american Sociological.
(3) R.M. Mac Iver, Social Causation, New York: Ginn and Company, 1942, pp. 163 - 178.
(4) Daniel Lerner, "Toward a Communication Theory of Modern-ization" in Pye, 1963, op. cit., pp. 327-350, and p. 348.

كإصلاح السيارة. وكان من الضرورى تعبئة الشعب للاشتراك فى هذا المجهود الكبير وإقناعه أن يظهر نشاطاً فى تنفيذ البرنامج، وأن يشترك فى التخطيط والحكم، وأن يشد الأحزمة على البطون وأن يقوى عضلاته، وأن يعمل فترة أطول، وأن يترقب حسن الجزاء [1].

ويتكلم كالن "Kallen" عن الأفكار المستحدثة فيقول أنها ربما تكون تلقائية أو لا شعورية، وغير مخطط لها، وربما تكون غير مرغوب فيها. وأن الأفكار المستحدثة وقبولها لا يحدثان بطريقة عفوية، ولكنهما يعتمدان على حاجات المجتمع الملحة، وعلى درجة عدم التنظيم، بالإضافة إلى مرونة المجتمع الذى أدخل فيه التغيير. والقاعدة هى أنه كلما زادت ديناميكية المجتمع كلما زاد استعداده لقبول وتبنى الأفكار المستحدثة [2].

أما لينتون "Linton" فيقول أنه حتى فى المجتمع الواحد لا تتساوى فرص القبول لجميع أنواع الأفكار المستحدثة. وأنه لقبول فكرة مستحدثة معينة فمن الضرورى أن تكون متمشية مع حاجة المجتمع واهتمامه وأن تتلاءم مع الإطار الموجود للمجتمع [3].

ويرتكز رأى ميردال "Myrdal" فى أنه حينما تبدأ أية عملية للتغيير خطواتها الأولى فإنها تكتسب قوة دفع إضافية، حتى أنه إذا حدث تغيير فى أى جزء منها أدى ذلك إلى تغيير فى جزء آخر وهكذا [4].

---

(1) Philip Hauser, "The Chaotic Society: Product of the Social Morphological Revolution", in **American Sociological**. Review Feb. 1969, Vol. 34, No. 1, pp. 1 - 18.

(2) Horace Kallen, "Lnnovation" in Edwing Seligman and Alvin Johnson (eds) **The Encyclopedia of Social Sciences,** New York : macmillan, 1937, Vol. 4.

(3) Ralph Linton, **The Study of Man,** New York, Appleton-Century Crafts, 1936pp. 304 - 343.

(4) Gunner Myrdal, **An American Dilemma,** New York : Harper and Row Linc., 1944, pp. 1065 - 1067.

أما أوجبرن "Ogburn" فيرى أن مختلف أجزاء النظام الاجتماعي الثقافي أو النظام الفرعي متداخلة، وبناء عليه فإن التغييرات في قطاع ما تتطلب تغييرات ملائمة في القطاعات الأخرى. (١)

أما كابلن "Kaplan" فقد درس التحول "Transformation" وقواعده ويقول أنه عند ما يتوقف نظام ما يولد نظام جديد، وهذا التحول لا يحدث عفوياً وإنما يتبع أنماطاً معينة (٢).

والتحول في المؤسسات الاجتماعية يعتبر أمراً ضرورياً للعصرية، ولا يمكن أن يحدث إلا عن طريق التحول في السلوك الفردي، وما المؤسسات إلا نماذج روتينية للسلوك. وطالما يظل السلوك الفردي روتينياً بالطرق التقليدية تظل الهيئات الأخرى المشابهة في المجتمع تقليدية أيضاً. ولن تخطو تلك المؤسسات أية خطوة نحو التحول أو العصرية إلا إذا غير الأفراد طريقتهم السلوكية بأن يحولوها تدريجياً لكي تتناسب مع حاجاتهم الجديدة (٣).

ويقول روجرز "Rogers" أن النتاج المتحول يكون غالباً مختلفاً. عن النموذج الأصلي. ذلك أن العمل الخلاق لعملية النقل لا يكون مجرد تحويل الى، بل أنه يعني اختراع بديل فعال مثمر لنماذج غربية ملائمة كبديل يمكن تطبيقه تحت الظروف الراهنة للبلد بنفس كفاءة الغرب (٤).

المبادرة البشرية في التغيير الاجتماعي

وهنا نطرح هذه الأسئلة: كيف يتم توجيه التغيير أو إدارته أو تشكيله؟..هل تستطيع الصفوة أن تفرض إدارتها؟... وما هو الدور الذي يمكن أن يلعبه الناس؟ وما هو الدور الذي يمكن أن يكتسبوه في التحكم في القوى التي تشكل حياتهم؟

---

(1) William Ogburn, **Social Change**, New York, Viking Press, 1922, pp. 200 - 212.

(2) Morton Kaplan, "System and Process" in **International Politics**, New York: John Willey & Sons, 1957, pp. 9. 10.

(3) Lerner 1972 op. cit., p. 118.

(4) Everett Rogers, Difusion of Innovation, New York: The Free Press of Glencoe, 1962.

يمثل لندبلوم "Lindblom" مدرسة الفكر المتشائم والمحافظ، واليائس من التخطيط، ومن تكيف الأشخاص الذين لا يحكمهم أي رابط، سواء الإدارة المركزية أو الهدف المشترك السائد.

ويعتقد أن القرارات المركزية كثيراً ما تكون غير فعالة، بينما تكون القرارات اللامركزية استغلالية. ولذا فهو يدعو إلى نظرية "إترك الفرد يعمل" Laisser faire[1].

ويأتي داهرندورف "Dahrendorf" برأي معارض فهو يدعو إلى وجود عالم أي مجتمع، مخطط له. ويقول أن هناك نمطين مختلفين للتكوين الاجتماعي وكلاهما منطقي. أما الأول فهو متحرر وفيه تحمل كلمة المنطقية معنى شبه اقتصادي "quazi-economic" أي أقصى الفائدة بأقل التكاليف. وأما النمط الثاني، فهو التخطيط المركزي، والذي يرى في المنطقية إرساء للقواعد العامة الاجتماعية الكائنة[2].

وينقل كولمان "Coleman" المناقشة إلى القول بعدم ارتباط التغيير الذي يمكن أن يحدث للأشخاص بالمعاهد بقدر ارتباطه بالدوافع الكامنة في هؤلاء الأشخاص للإنجازات التالية. فإذا لم يكن للتعليم أحياناً التأثير المطلوب، ظهرت الحاجة إلى تغييرات واسعة النطاق وأساسية من أجل دفع كثير من الأهداف الاجتماعية إلى الأمام. وكثيراً ما تكون الثورة حلا للوصول إلى مثل هذه التغييرات[3].

---

(1) Charles Lindblom The Intelligence of Democracy: **Decision Making Through Mutual Adjust ment,** New York: The free Press 1965, pp. 3-4, 226-245.

(2) Ralf Dahrendorf, "Market and Plan", **Essays in the Theory of Society,** California Stanford, Stanford University Press, 1968, pp. 217-231.

(3) James Coleman, **Equality of Educational Opportunity,** National Center for Educational Statistics, 1966, pp. 3 -32.

وأسفرت دراسة برنتون "Brinton" عن تشابه الثورات، إلى أن الحركات الثورية لا تنبع من يأس الجماعات المطحونة تماماً ولكن قد تنشأ من عدم رضاء الجماعات عن الطريق الذى تسير فيه (١).

انـواع التغييـر الاجتمـاعى

تغييرات كامنة ومكتسبة

Immanent and Contact Change

هناك تصنيفات عديدة للتغييرات الاجتماعية. ومن أفضل الوسائل لاستعراض التغييرات الاجتماعية أن نركز اهتمامنا على مصدر التغيير، فو إما كامن أو مكتسب(٢).

ويستعمل بارسون "Parson" لفظى "Endogeneous" داخل القبيلة، و"Exogenous" خارج القبيلة كمصدرين للتغيير بدلا من اللفظين السابقين (كامن أو مكتسب على التوالى) (٣).

التغيير الكامن:

يحدث عندما يطرح بعض أعضاء نظام اجتماعى ما - سواء بدون تأثير خارجى أو بتأثير خفيف - فكرة جديدة ويعملون على تطويرها وبعد ذلك تنتشر من خلال النظام.

---

(1) Crane Brinton, **The Anatomy of Revolution,** New Jersey: prentice Hall, 1952, pp. 227 - 285.

(2) Rogers and Svenning, 1969, op. cit., pp. 3 - 8.

- Rogers and shoemaker, 1971, op. cit., pp. 7-17.

(3) Parsons, 1961, op. cit., pp. 219 - 239.

التغيير المكتسب:

يحدث عندما تقدم مصادر خارجية عن النظام الاجتماعي فكرة جديدة، ويتم التغيير المكتسب نتيجة للاختيار أو التوجيه.

(أ) التغيير المكتسب الاختياري: Selective contact change

ينتج عندما يتعرض أعضاء المجتمع لتأثيرات خارجية، وتكون لهم حرية تبنى أو رفض فكرة جديدة من المصدر حسب احتياجاتهم.

(ب) التغيير المكتسب الموجة (أو المخطط):

Directed contact change

وهذا التغيير تمليه فئة من الخارج تأتى إما لحسابها أو ممثلة لوكالات للتغيير، وتسعى عن قصد إلى فرض أفكار جديدة للوصول إلى أهداف محددة.

هذا وإن معظم التغييرات التى تحدث فى أيامنا هذه موجهة، ولذلك انصب اهتمامنا فى دراستنا بهذا الكتاب على هذا النوع من التغيير.

إن برامج التنمية العديدة التى تقوم بها الحكومة والتى تهدف إلى إدخال الأفكار المستحدثة التكنولوجية فى الصحة والتعليم والصناعة ما هى إلا أمثلة معاصرة للتغيير الموجه.

الاتصال والتغيير الاجتماعي

نعنى بالاتصال - كما سبق القول - عملية نقل الرسائل من مصدر ما إلى مستقبل واحد أو مستقبلين كثيرين. وتعد هذه العملية مظهراً حيوياً من مظاهر التغيير الاجتماعي: فهى حقاً المفتاح الذى يفتح الباب للتغيير، وهى تكمن فى كلا نوعى التغيير (١).

---

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 4.

ولقنوات وسائل الإعلام "Mass media channels" تأثير أكبر فى خلق المعرفة حول الأفكار المستحدثة، بينما نجد أن تأثير الاتصال المباشر "Interpersonal channels" تفوق تأثير وسائل الإعلام فى تغيير الاتجاهات نحو فكرة مستحدثة (١).

ولذلك فإن الاتصال يعد جزءاً أساسياً للتغيير الاجتماعى، وربما يركز كل تحليل للتغيير الاجتماعى فى النهاية على عمليات الاتصال.

وتقوم الفكرة النظرية العامة بهذا الكتاب على أن عملية الاتصال عملية متكاملة، وهى عبارة عن عناصر حيوية من عناصر العصرية والتنمية.

التغيير فى النظامين الاجتماعى والفردى

Individual and Social System Changes

تناولنا التغيير الاجتماعى من ناحية الخطوات العملية التى تحدث. ولكن طبيعة الوحدة التحليلية تمدنا بنظرة أخرى تجعلنا نقسم التغيير الاجتماعى إلى:

١- تغييرات كثيرة تحدث على المستوى الفردى وهى التى يشار إليها بعبارات مختلفة مثل الانتشار، التبنى، العصرية، التثقيف، التعليم، المشاركة أو الاتصال (٢).

٢- تغييرات تحدث، على مستوى النظام الاجتماعى. تسمى هذه التغييرات. التنمية أو التمييز أو التكامل أو التأقلم (٣).

---

(1)- S.A. Rahim, Diffusion and Adoption of Agricultural Practices: A Study of Patterns of Communication, Diffusion and Adoption of Improved Agricultural Practices in aVillage in East Pakistan, Co Milla, Pakistan Academy of Village Development, 1961, p. 48.
-- Robert manson, "The use of information Sources in the Process of Adoption" Rural Sociology, 1964. pp. 40 - 52.

(2) Rogers, 1969, op. cit., p. 8.

(3) Rogers, 1969, op. cit., p. 10.

ومن الواضح أن التغيير على هذين المستويين مترابط كل الترابط، فقد تؤدى بعض التغييرات فى النظم (مثل إغلاق موانى بلد من البلدان) إلى تغييرات فردية كثيرة مثل: (اتخاذ قرارات إنتاج محاصيل أو منتجات جديدة). وبالمثل فإن تجميع عدد كبير من التغييرات الفردية ربما ينتج عنه تغيير مستوى النظام السائد كأن يقرر المزارعون مثلا تبنى نوع ما من المحاصيل ذات الغلة العالية فيؤدى هذا فى النهاية إلى تغييرات تؤثر على الميزان التجارى الدولى للبلاد.

التنمية: تغيير فى النظام الاجتماعى

Development :Social System Change

تعد التنمية نوعاً خاصاً من التغيير الاجتماعى، حيث يتم إدخال إفكاراً جديدة على المجتمع بهدف زيادة الدخل للفرد والارتفاع بمستوى المعيشة عن طريق استخدام وسائل إنتاجية أكثر عصرية وتنظيم اجتماعى مطور.

ويعرف كابلو، وفينستربش "Caplow&Finsterbusch" التنمية بأنها العملية التى عن طريقها يقوم مجتمع معاصر بتحسين رقابته للبيئة بواسطة تكنولوجيا قادرة متزايدة، ويطبقها بواسطة مؤسسات شديدة التعقيد (1).

وكثيراً ما تنقسم شعوب العالم إلى معسكرين على أساس مقاييس اقتصادية واجتماعية معينة مثل الأقل والأكثر نمواً، أو التقليدى والعصرى.

وعلى الرغم من التباين أو التغاير الشديد "Heterogeneity" بين الدول الأقل نمواً إلا أن لها سمات ومشاكل متشابهة.

ويمكن القول أن المجتمع الأقل نمواً يتسم بالخصائص التالية:

---

(1) Theodore Caplow, and Kurt Finsterbusch, **Development Rank: A New Method of Rating National Development**, Columbia University, Bureau of Applied Social Research, 1964.

١- انخفاض نسبي للدخل الفردي.

٢- إنتاجية ضعيفة نسبياً للفرد.

٣ - تجارة ضئيلة.

٤- نسبة عالية من الأمية.

٥ - مواصلات وإمكانات إعلامية محدودة.

٦- تغذية غير سليمة.

٧ - صناعة ضئيلة وعدد قليل من الفنيين المهرة.

٨ - حكومة سياسية غير مستقرة.

٩ - نسبة عالية للمواليد والوفيات ومتوسط عمر قصير.

ومن الملاحظ أن هذه الخصائص متداخلة ومتشابكة. فالنقص في الصناعة والفنيين مرتبط بمحو الأمية، والنقص في المواصلات وإمكانات وسائل الإعلام يؤثر كل منهما في الآخر (١).

وهذه السمات يمكن تشبيهها بلفة الخيط المعقدة التي تتدلى منها خيوط عديدة ومن المشاكل الملحة الخاصة ببرامج التغيير المخطط بالنسبة للدول الأقل نمواً، معرفة أية خيوط تبدأ بشدها من أجل الوصول إلى هدف بناء دولة أكثر عصرية.

هذا ومن وجهة النظر الوظيفية "Functionalist" السائدة في علم الإنسان والاجتماع وبعض العلوم الاجتماعية الأخرى نجد أن جميع المؤسسات الاجتماعية الرئيسية في مجتمع ما ترتبط ببعضها البعض، وتعتمد على بعضها البعض. فعلى سبيل المثال إذا رأينا أية زيادة تطرأ على معدل محو الأمية، لابد وأن تصاحبها زيادة مماثلة في التصنيع والتحضر والمشاركة السياسية. وعلى هذا النحو أيضاً كلما اتسع نطاق التحضر، كلما أدى ذلك إلى زيادة الحاجة لمحو الأمية (٢).

---

(1) Rgers, 1969, op. cit., p. 9.

(2) See Seymour Martion Lipset, **Political Man: The Social Bases of Politics**, New York: Doubleday, 1960.
Philips Cutright, "National Political Development: Measurement and Analysis" **Ameircan Sociological Review**, 1963, No. 28 pp. 153 - 164.

العصرية : التغيير الاجتماعي الفردي

Modernization : Individiual Social Change

العصرية على المستوى الفردى تقابل التنمية على المستوى الاجتماعي [١]. فالعصرية هي العملية التي يغير بها الأفراد من طريقة معيشتهم من طريقة تقليدية إلى طريقة أكثر تعقيداً، متقدمة تكنولوجيا، ويتم فيها تغيير سريع فى أسلوب الحياة.

ويعرف ليرنر "Lerner" هذا المفهوم بأنه اتجاه دنيوى "Secular" ذو اتجاه واحد "Unilateral" أى من الحياة التقليدية إلى أسلوب المشاركة فى الحياة [٢].

ويعرف ريسمان "Riesman" الاتجاه نحو التقليدى (وهو عكس العصرى) بأنه استحالة فهم البدائل للطرق المعينة التي يعمل أو يفكر أو يؤمن بها الناس - تحت ظروف ثقافة ما - وأنه إحساس بأنه ليس فى الإمكان وجود شيء غير ماهو قائم فعلا [٣].

أما إنكلز "Inkeles" فيصف "Modernity" [٤] على أنها تتصل بناحية نفسية وهى أقل ارتباطاً بالزمان والمكان والأشياء وأكثر ارتباطاً بالحالة الذهنية.

وأن تعريفنا للتغيير الاجتماعي الفردى لا يطابق أياً مما سلف ذكره، ولكنه يشترك فيما تحمله العصرية من معنى أى أننا نرى أنها عملية فردية تحول الشخص سيكولوجيا إلى شخص غير تقليدى، ويتفق رأينا فى ذلك مع رأى روجرز.

---

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 14.

(2) Lerner, 1958, op. cit., p. 89.

(3) David Riesman, **Faces in the Crowd, Individual Studies in Character and Politics.** New Haven, Conn. : yale University Press, 1952.

(4) Alex Inkeles, "Becoming Modern" paper presented at Michigan State University , 1967.

هذا وإننا نحذر من الوقوع فى ثلاثة أخطاء شائعة فى مفهوم العصرية:

١- كثيراً ما يقصد بالعصرية أنها الاتجاه نحو الأوروبية أو الغرب. ولكننا نرى أن العصرية ليست كذلك.

فإذا ما استعمل لفظ «الاتجاه نحو الأوروبية» أو «الاتجاه نحو الغرب» فإن هذا يعني أن مصدر التغيير والدافع إليه يأتى حتماً من أوروبا أو من الشعوب الغربية. وهو يعني أيضا أن الدول التى تتبنى أفكاراً نابعة من الغرب تصبح إلى حد ما مثل الغرب.

وفى رأينا أن هذه النظرية محدودة وغير دقيقة إلى حد كبير. إذ إن العصرية عبارة عن نتاج الطرق "Synthesis" القديمة والحديثة للحياة وهى بهذا تختلف من بيئة إلى أخرى (١).

٢- كثيراً ما نظن أن «العصرية» هى أسلوب صالح وجيد للحياة. ولكن لا يجوز أن نترك ذلك على علاته. فالعصرية تحدث تغيراً يحتمل أن يؤدى ليس فقط إلى الفائدة ولكن أيضاً إلى الصراع والألم والمساوىء النسبية (٢).

٣- ليست عملية العصرية ذات بعد واحد "Unidimensional" ولذا فهى لا تخضع لمقياس أو مؤشر واحد. ومن الخطأ الاعتقاد أن المستوى العالى لمعيشة الفرد يعني بالضرورة أنه مجدد أو فى طريقه إلى العصرية. إذ ربما أنه فى الواقع إنساناً تقليدياً. ومن ثم فإنه يجب النظر إلى العصرية على أنها عملية تتداخل فيها عدة عوامل حتى أنه يجب قياس أكثر من مظهر واحد لسلوك الفرد قبل تحديد وضعه كجزء فى عملية العصرية المستحدثة.

---

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 15.

(2) Cyril Black, **The Dynamics of Modernization: A Study in Comparative History**. New York: Harper and Row, 1966, p. 27.

هذا وإن مستوى المعيشة، والأماني، ومحو الأمية، والتعليم، والمشاركة السياسية، والانفتاح على العالم والاتصال، عوامل تكون العصرية (١).

وخلاصة القول أن العصرية هى مفهوم متعدد الأبعاد "Multidimensional" لا يمكن معادلته بالأوروبية - أو الاتجاه نحو أوروبا "Europeanization" أو الغربية (الاتجاه نحو الغرب) "Westernization". ولا يعني ذلك أن العصرية هى دائماً أسلوب مرغوب فيه.

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 15.

الفصل الخامس

دور وسائل الأعلام فى التنمية الأجتماعية

إنتهينا فى الفصل السابق من دراسة مفهوم التغيير الإجتماعى. وقد عرضنا نظريات متعددة فى هذا المجال. كما عرضنا أيضاً مفاهيم الدرجات المختلفة من التغيير سواء أكان ذلك فى مجال التنمية فى النظم الاجتماعية أو التجديد بالنسبة للفرد فى المجتمع مع التركيز على التنمية فى النظم الاجتماعية حيث أنها العنصر الأساسى الذى نتكلم عنه فى هذا الكتاب.

وفى هذا الفصل سنقوم بالربط بين الإعلام والتنمية الاجتماعية، مع شرح بعض نظريات الباحثين، والمتخصصين، بالنسبة للدور الذى يمكن أن يقوم به الإعلام فى خدمة التنمية وتحقيق التقدم الاجتماعى.

وعندما ندرس دور وسائل الإعلام فى التنمية الاجتماعية فإننا لا نعنى بذلك دراسة الأشياء التى تؤثر فى المجتمع، وإنما نعنى دراسة المجتمع نفسه وهو يقوم بمباشرة أنشطته الأساسية.

ويجب أن نوضح أن تأثير الاتصال الجماهيرى يعتمد، فى كل وقت، على ظروف الطبقات المختلفة للمجتمع وحاجاتها وأهدافها.

وهنا يجب علينا أن نكف عن التساؤل «ماذا تفعل لنا وسائل الإعلام..؟» ويجدر بنا أن نتساءل «ماذا نفعل لأنفسنا بوسائل الاتصال..؟». إن وسائل الإعلام أدوات فعالة، وهى تضع فى أيدينا سلطة هائلة لنفعل بها ما نريد لمجتمعنا. ويرى «شرم» أن بإمكانها أن تساعدنا على تدمير المجتمع أو تحسينه إلى أبعد الحدود، وفى إمكانها أن تساعدنا على رفع مستواه أو الخفض من شأنه، كما يمكنها أن تجعلنا نشارك فى التعليم أو المعلومات المفيدة أو العزوف عن الإقبال عن مثل هذا التقدم. ولكن لا يمكن لوسائل الإعلام القيام وحدها بهذه المهمة، فما هى إلا أدوات

كالات طباعة وأدوات توصيل حسية، وفي مقدورنا استعمالها كيفما شئنا [1]. ولذلك يقع على عاتقنا أن نفكر بتمعن كيف نستعملها وما هو الهدف من استعمالها.

وسائل الاعلام والتنمية الاجتماعية

Mass Communication and Social Development

يعتقد باي "Pye" أن الاتصال هو نسج المجتمع الإنساني، وأن بناء نظام اتصال بقنواته المحددة، هو هيكل التكوين الاجتماعي الذي يخلقه، وأن مضمون الاتصال هو بالطبع خلاصة العلاقة الإنسانية. وأن سريان وسائل الاتصال يحدد اتجاه وسرعة ديناميكية التنمية الاجتماعية. وعليه فمن الممكن تحليل كل عملية اجتماعية علي أنها بناء ومضمون وسريان الاتصال [2].

ويذكر شرام "Schramm" عدداً من الوظائف الأساسية للاتصال والتي يمكن اعتبارها إسهاماً إيجابياً للمجتمع. فهو يقول أن الاتصال يخلق شعوراً بالانتماء إلى الوطن. وهذا الشعور كفيل بتحويل الاهتمام من المجال المحلي إلى الشئون والاهتمامات القومية. ومن مهام الاتصال نشر وتوضيح التخطيط القومي وتعليم المهارات اللازمة التي تساعد على إدخال طرق جديدة للمعيشة، كما يجب استخدام الاتصال لنشر عملية محو الأمية والتخصص الفني. وبهذا يقوم الاتصال بإعداد الناس للقيام بدورهم الجديد، ويحفزهم على أن يبذلوا مجهودات أكبر وأن يقدموا مزيداً من التضحيات [3].

وللإتصال وظيفة أخرى لا تقل أهمية، ألا وهي إعداد الناس كأعضاء في أمة واحدة للقيام بدورهم باعتبارهم أمة من بين أمم العالم.

---

(1) Wilbur Schramm, "Mass Communication" in George Miller, (ed) Psychology and Communication, Princeton, New Jersey: Voice of America Forum Series, 1974, pp. 247-258,

(2) Pye, 1963, op. cit p. 4.

(3) Wilbur Schramm, "Communication Development and Development Process", in pye, 1963, op. cit., pp. 38 - 42.

ومن ثم فإن الاتصال يؤدى إلى توسيع أفق الجماهير من الصعيد المحلى إلى القومى ثم إلى الصعيد الدولى (١).

ويعتقد باى "Pye" أن وسائل الإعلام وغيرها من الوسائل الأخرى للاتصال يمكنها أن ترسى أركان الاتجاه العام للاتصال الاجتماعى للمجتمع بأكمله، إذ يمكنها تيسير تبادل الآراء. وهى بذلك تستطيع أن تخلق بيئة تشجع على انسياب أكثر سهولة للاتصال الاجتماعى فى المجالات الخاصة للحياة. ويؤدى هذا التطور بدوره إلى تشجيع ازدياد مجال الثقة وإلى طريقة أسهل للعلاقات الاجتماعية(٢).

ويؤيد ديوب "Dube"الرأى القائل بأن الاتصال أصبح معترف به كعامل رئيسى فى عملية التغيير الموجه. ولكنه يعتقد أيضاً أنه فى أثناء عملية التنمية لا يكون الاتصال سوى أحد عوامل عديدة. إذ لا يمكن بالاتصال وحده تحقيق أية تنمية اقتصادية أو تغيير فنى ، بل يجب أن يكون ذلك الاتصال مدعماً بالخدمات والإمدادات. ومع ذلك فإن الاعتراف بإمكانيات الإتصال فى برامج بناء الأمة يتزايد يوماً بعد يوم (٣).

ويرى راو "Rao" أن فى وسائل الإعلام عاملا ميسرا للانتقال السهل من الطرق التقليدية إلى الطرق العصرية. وأن الأفكار الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التى تنقلها وسائل الإعلام تزيد مجالات المعرفة عند القرويين، وبهذا يزداد الفهم والإجماع اللازمان لمجتمع أكثر عصرية (٤).

ويقول شرام "Schramm" إن استعمالنا لكلمة ثورة عند الحديث عن التفاعل الاجتماعى مع الاتصال الجماهيرى لم تكن من محض الصدفة. ومنذ وجود

---

(1) Schramm, 1963, op. cit., p. 40.
(2) Lucien Pye, "Communication, Institution Building and the Reach of Authority", in Lerner and Schramm, (eds) 1972, op. cit., pp. 35-56.
(3) C. Dube "ANote on Commmication in Political Development", in Lerner and Schramm, 1972, op. cit., pp. 92 - 97.
(4) Lakshmana-Rao, **The Role of Infofmation in Economic and Social Change: Report of a Field Study in Two Indian Villages**-Minneapolis: University of Minnesota Press 1963.

وسائل الإعلام وهى تشارك فى كل تغيير اجتماعى ذى أهمية، مثل الثورات الفكرية والسياسية والصناعية، والثورات التى تحدث فى الذوق والتطلعات والقيم. لقد علمنا الإعلام القاعدة الأساسية التالية: حيث أن الاتصال هو العملية الاجتماعية الجوهرية، وحيث أن الإنسان قبل كل شيء يقوم بخلق المعلومات، فإنه، عادة، يصاحب التغيير الاجتماعى الرئيسى تغيير فى نوعية المعلومات مع استخدام أساسى ورئيسى لوسائل الاتصال (١).

ويضيف شرام "Schramm"أنه فى مقدورنا أن نرى أن طبيعة التفاعل بين وسائل الإعلام والمجتمع تظهر على شكل مصغر في بعض الدول الناشئة التى انتقلت من ثقافة شفوية إلى ثقافة إعلامية. وفى هذه البلاد أمكن ضغط خمسمائة عام من عمر تنمية الاتصال إلى ما يقرب من عشر تلك الفترة، وذلك بفضل أدوات الاتصال المتاحة. وفى كثير من الحالات يتغير سير النمو بحيث لا يتبع النمط التاريخى في الطباعة، وفي الصورة، وفى السينما ثم فى الألكترونيات وكثيراً ما نجد وسائل الإعلام الألكترونية تسبق الطباعة مثلا حيث تستطيع تخطى حواجز الأمية (٢).

وتهتم الدول، عادة، بإدخال وسائل الإعلام وتطويرها فى المدن أولا ثم نشرها بعد ذلك في القرى، ولذلك فمن الممكن فى كثير من البلاد أن نرى الثقافتين الشفوية والإعلامية تسيران جنباً إلى جنب. وإذ نظرنا إلى هذه المناطق قبل إدخال الوسائل الإعلامية ثم بعدها لوجدنا فروقاً مذهلة.

ويؤيد شرام "Schramm"هذه النقطة عندما يروى أنه عاش فى قرى كانت وسيلة الاتصال الوحيدة فيها بالحكومة وبرنامجها للتنمية لمدة عدة شهور هى محصل الضرائب. وفى قرى أخرى لاحظ أن الاتصال يتم فى القرية بواسطة الإعلام وأحياناً بواسطة الأخصائيين الاجتماعيين. ولكن الناس كانوا يعانون من خيبة الأمل

(1) Schramm, 1973, op. cit., p. 16.
(2) Schramm, 1974, op. cit., p. 249,

إذ يبدو أنه لم تكن توجد قناة يعبر بها القرويون للحكومة عن رغباتهم وحاجاتهم. بينما تجول فى قرى أخرى من تلك التى دخلت فيها وسائل الإعلام فوجد فيها هيئة من العاملين النشطين فى مجال التنمية والخدمات الاستشارية فى مجال الصحة والزراعة، كما شعر القرويون فيها بحرية فى الكلام مع قادتهم السياسيين المحليين وبالثقة فى أن كلمتهم ستصل إلى أسماع المسئولين فى الحكومة.

ومن الواضح أن الحالة الأخيرة هى التى توفر الأرض الخصبة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية (١).

وقد أشار هارولد إينس "Harold Innis" إلى أن حياة القرية، عندما تمر من الثقافة الشفوية إلى الإعلامية، تهتم بالمكان أكثر مما تهتم بالزمان، وبما يمكن عمله بدلا مما تم عمله، حيث تبدأ عجلات التغيير فى الدوران (٢).

ولا يمكن تحقيق خطط ومعدلات التنمية فى هذه البلاد الناشئة بدون مساندة وسائل الإعلام لها ومساهمتها فى توسيع رقعة التعليم ومساعدة البالغين من المواطنين فى تحسين مستوى معيشتهم (٣).

ويقول ليرنر "Lerner" إن وسائل الإعلام قد أتاحت للجماهير العريضة عالماً ضخماً، تحيطها فيه بالأحداث والتغيرات. وما زالت وسائل الإعلام، تأتى بأنواع من الحياة المعيشية الجديدة والغريبة إلى البيئة التقليدية لسكان الريف فى القرى (٤).

وتقوم وسائل الإعلام بتنمية الحواس فى الإنسان فهى تساعد الأفراد على أن يروا ويسمعوا الأشياء على مدى أبعد مما توفره لهم عيونهم وآذانهم. بل إنها

(1) Wilbur Schramm, "Communication and Change" in Lerner, and Schramm, (eds) 1972, op. cit., p. 23.
(2) Harold Innis, **The Bias of Communication. Toronto:** University of Toronto Press, 1951.
(3) Schramm, 1973, op. cit., p. 25.
(4) Daniel Lerner, "International Cooperation and Communication", in Lerner and Schramm, 1972, op. cit., pp. 122-123.

وهى تفعل ذلك إنما تزيد أحاسيس الإنسان بالناس من حوله ومن ثم تزيد التفاهم البشرى(١).

ويتناول ماكلوهان "Mc Luhan" وسائل الإعلام من الزاوية السيكولوجية وليس من ناحية المؤسسات، فيركز اهتمامه على أن وسائل الإعلام هى التى تؤثر على وجهة نظر شخص ما بالنسبة للعالم وعلى الطريقة التى يفكر بها أكثر مما تؤثر اللغات. وفكرته الأساسية هى أن وسائل الاتصال عبارة على كتابات اجتماعية واسعة لا تقتصر مهمتها على نقل المعلومات، بل تطلعنا على طبيعة العالم الذى يوجد حولنا. وهى لا تثير حواسنا ولا تقدم لها المتعة فحسب ولكنها تغير أيضاً من طباعنا عن طريق تغيير نسبة الأداة الحسية التى نستعملها.

ولم يكن ماكلوهان "Mc Luhan" أول من قال أن الأشياء التى كتبت عنها كلمات هى، فى الواقع، أهم من الكلمات ذاتها، ولكن أسلوبه فى التعبير عن ذلك كان أبلغ تعبير، وهو أن «الوسيلة هى الرسالة »(٢).

ومع ذلك فإن شرام "Schramm" يعارض وجهة نظر «ماكلوهان» فى أن «الوسيلة هى الرسالة»، ويقول أن الرسالة أكبر بكثير من الوسيلة، والأثر الذى يهمنا أكثر من غيره لوسائل الإعلام هو أن الإنسان يستخلص الكثير من نظرته وتقييمه للبيئة عن طريق وسائل الإعلام.

بعض الاهداف والمهام التي تقوم بها وسائل الاتصال الجماهيرية في المجتمع:

فى مقال للعالم السياسى هارولد لاسويل "Harold Lasswell" الذى قام بأبحاث رائدة عن الاتصال الجماهيرى حدد ثلاث مهام للإتصال فى المجتمع:

---

(1) Lerner, 1958, op. cit., p. 53.
and Lerner, 1972, op. cit., pp. 123-124.

(2) Marshall Mc Luhan Understanding Media: The Extension of man. New York: Mc Graw Hill, 1966.

١- مراقبة البيئة.

٢- الترابط بين أجزاء المجتمع المختلفة في الاستجابة للبيئة.

٣- نقل التراث الاجتماعي من جيل إلى جيل [١].

أولا: مراقبة البيئة "Surveillance of the Environment":

تعني تجميع وتوزيع المعلومات المتعلقة بالأبحاث في البيئة سواء في خارج أي مجتمع أو داخله. ومعنى مراقبة البيئة يتفق إلى حد ما مع المفهوم العام لما يسمى بتداول الأنباء.

هذا وقد انتهزت مجموعة من العلماء الاجتماعيين، في عام ١٩٤٥، فرصة إضراب جريدة محلية في مدينة نيويورك لدراسة ما افتقده الناس حينما لم يتلقوا جريدتهم اليومية التي كانت ترد إليهم بانتظام. ووجدوا أن من الوظائف الواضحة والمؤكدة للصحيفة اليومية بالنسبة لسكان المدينة أنها كانت مصدرا للمعلومات الروتينية، وأنها تمد الناس بمعلومات عن الإذاعة المحلية وحفلات السينما ومبيعات التجار المحليين، والوفيات، وآخر صيحة للأزياء. كما أنه كانت هناك وظيفة أخرى لوسائل الإعلام وهي أنها تزيد من مكانة الأفراد الذين يبذلون جهداً للإلمام بالأحداث.

وبعبارة أخرى فإن الصحيفة تؤدي إلى أن تكون الأنباء في متناول الجميع، ولكن ليس معنى ذلك أن يتابعها الجميع. إذ أن الإحاطة بالمعلومات يعتبر من قبل أولئك الذين يلتزمون بهذا المعيار الاجتماعي - من الأشياء التي من شأنها أن ترفع مكانة الفرد في داخل الجماعة [٢].

---

(1) Lasswell, 1971, op. cit., pp. 84 - 99.

(2) Bernard Berelson, "What Missing the Newspaper Means" in Wilbur Schramm 1961 op. cit., pp. 30 - 47.

ثانيا: أعمال الترابط "Acts of correlation":

هي تفسير وتعليق وتحليل للأحداث في البيئة وتوجيه للسلوك كرد فعل لهذه الأحداث. ويعرف هذا النشاط إلى حد ما بمقالات الرأي والدعاية، ويشمل إختيار وتقييم وتفسير الأنباء بواسطة وسائل الإعلام مع التركيز على ما هو أكثر أهمية في البيئة.

ثالثا: نقل الثقافة "Transmissioa of culture"

يعتمد التراث الثقافي أساساً على توصيل المعلومات والقيم والمعايير الاجتماعية من جيل إلى آخر أو من أعضاء في الجماعة إلى أعضاء جدد انضموا إليها، وهو ما يعرف عامة، بالنشاط التعليمي. ويقوم هذا النشاط بتوحيد المجتمع عن طريق إعطائه قاعدة أوسع من القواعد الشائعة والقيم والخبرات الجماعية التي يتقاسمها أعضاء المجتمع. كما يساعد هذا النشاط على إشراك الأعضاء الجدد في المجتمع وحثهم على أن يقوموا بدورهم وأن يلتزموا بالتقاليد والعادات.

وقد يقال أن هناك ضرر قد يلحق بالفرد حيث أن وسائل الإعلام تنزع الصفة الشخصية من عملية المشاركة الاجتماعية، وهنا يقول رايزمان "Riesman" إن المواعظ المستخلصة من القصص والتي تنشرها وسائل الإعلام لا يمكن إعدادها بحيث تتلاءم مع مقدرة الفرد المستمع كما لو كان يستمع إلى روايتها من شخص يراه وجهاً لوجه [1].

هذا وقد أضاف شارلز رايت "Charles Wright" مهمة رابعة إلى المهام التي حددها لاسويل "Lasswell"، والتي أشرنا إليها آنفاً، وهي الترفيه "Entertainment". ولابد أن لاسويل "Lasswell" أسقط هذه المهمة لأنها في

(1) David Riesman, et al. The lonely Crowd, New York: Doubleday and Company, 1953, Chap. IV.

نظره ليست جزءاً أساسياً من العملية السياسية على الرغم من معارضة التاريخ لرأيه (١).

وجاء باحث اجتماعي آخر وهو دى فلير "De Fleur" بإضافة أخرى إلى هذه الوظائف دون أن يغير فى أساسها، فقال أن عملية الاتصال هى الوسائل التى تعبر بها جماعة ما عن معاييرها فى الحياة. وبذلك يمكن القيام بالرقابة الاجتماعية، وتوزيع الأدوار، وتنسيق الجهود، وهكذا تظهر التطلعات وتسير العملية الاجتماعية باكملها إلى الأمام (٢). وبغير هذا التبادل فى التأثير كان من الممكن أن ينهار المجتمع الإنسانى.

وأما بولدنج "Boulding" فقد جمع عدداً من وظائف الاتصال فى النظام الاقتصادى وهو يرى أن الاتصال، من ناحية، يجب أن يلبى مطالب الخريطة الاقتصادية للبيئة حتى يتمكن كل فرد أو هيئة من تكوين صورته الخاصة بالنسبة لفرص الشراء والبيع فى لحظة معينة.

وتقوم وسائل الإعلام بقسط من هذا العمل عن طريق الإعلان، وذلك بنشر قوائم الأسعار وتحليل الأعمال. ومن ناحية أخرى هناك ضرورة لوجود ترابط فى السياسة الاقتصادية سواء عن طريق الفرد أو الهيئات أو الأمة، كما يجب أن يكون هناك تحكم فى إدارة السوق، وعلى المنتج والتاجر والمستثمر والمستهلك أن يحددوا كيفية الدخول فى السوق. وأخيراً يجب أن يتم تيسير تعليم المهارات وتطلعات السلوك الاقتصادى (٣).

وفى كتابات أوشيما "Oshima" عن التنمية الاقتصادية يقول أن لوسائل الإعلام صفة التضاعف المؤدى إلى التنمية الإنتاجية السريعة. وتتميز أكثر

---

(1) Wright, 1959, op. cit., p. 16.
(2) De Fleur, 1957, op. cit., p. 133.
(3) Kennet Boulding The Image, Ann Arbor, Mich. :University of Michigan Press, 1956, p. 15.

الدول النامية اليوم بأنها مجتمعات فى عجلة من أمرها "Societies in a hurry"، والقصد من ذلك أنها مجتمعات تبغى اللحاق "Catch-up" بالركب بأسرع ما يمكن.

وعليه فهى تحتاج قبل كل شيء إلى نظرية للتنمية الاقتصادية توضح لها ما تريد اللحاق به.. وتأتى بعد ذلك مباشرة حاجة تلك المجتمعات إلى سياسة للاتصال تشرح كيفية اللحاق وما تريد اللحاق به. ومن الواضح أن وسائل الإعلام هى المصدر الأول لتنمية المجتمعات التى فى عجلة من أمرها، إذ أنها تحمل رسائلها إلى الجماهير بأسرع وقت وأبخس ثمن (١).

ومما تقدم يمكن أن نستنتج أن آراء علماء العلوم الاجتماعية تتفق فيما بينها - إلى حد كبير - حول تحديد وظائف ومهام وسائل الاتصال.

وقد رسم شرام "Schramm" خريطة فردية على أساس الوظائف الاجتماعية سالفة الذكر وحددها بأربع وظائف. ولا تختلف، كثيرا، الوظائف الأربع التى ذكرها عن الوظائف التى قمنا باستعراضها، ولكنه يركز على أن الاتصال البشرى، هو فى نفس الوقت سلوك فردى وعلاقة اجتماعية (٢). (انظر خريطة وظائف الاتصال)

ولكل وظيفة من هذه الوظائف جانبها الخارجى وجانبها الداخلى، شأنها فى ذلك شأن كل أنواع الاتصال. بمعنى أنه من ناحية فإننا نبحث عن المعلومات أو نعطيها، ومن ناحية أخرى فإننا نستقبلها ونحللها.

ومن ثم فقد أعد شرام "Schramm" خريطة ثانية توضح الخريطة الأولى (٣):

---

(1) Harry Oshima, "The Strategy of Selective Growth and the Role of Communications" in Lerner and Schramm, 972, op. cit., pp. 76-91.
(2) Schramm. 1973, op. cit., p. 31.
(3) Schramm. 1973, op. cit., pp. 31-36.

وظائف الاتصال في النظم الاجتماعية والاقتصادية والسياسية

وظائف الاتصال	نظام سياسى	نظام اقتصادى	نظام اجتماعى بشكل عام
مراقبة (الوظيفة الأولى)	تجميع المعلومات	معلومات عن الموارد، وفرص الشراء والبيع	معلومات عن أسلوب الحياة فى المجتمع، والأدوار.. إلخ وقبولها أو رفضها.
تنسيق (الوظيفة الثانية).	تفسير المعلومات وضع السياسة ونشرها وفرضها.	تفسير هذه المعلومات، وضع السياسة الاقتصادية وإدارة السوق والتحكم فيه	تنسيق الفهم العام والإرادة العامة، إدارة التحكم الاجتماعى.
نقل التراث (الوظيفة الثالثة)	نقل التراث الاجتماعى والقوانين والعادات	المبادرة بالسلوك الاقتصادى	نقل أساليب الحياة الاجتماعية وتوجيه أدوار أعضاء المجتمع الجدد.
الترفيه (الوظيفة الرابعة)	—	—	الترفيه: نشاط ترفيهى، تخفيف من وطأة العمل والمشاكل الواقعية، التعليم العرضى والمشاركة الاجتماعية.

الجانبان الخارجي والداخلي لوظائف الاتصال

الوظيفـــة	ولها الجانب الخارجي	وكذلك الجانب الداخلي
رادار إجتماعي	البحث عن المعلومات يرسل	يستقبل المعلومات
حيل الإقناع للقرار	يقنع ، يأمر	تفسير، تقرير
تعليـــم	البحث عن المعرفة تعليم	يتعلم
الترفيـــه	يرفـــــه	يتمتع

ومن الخريطة السابقة يمكن أن نلاحظ ما يلي:

أولا: إن تشبيه وظيفة الاتصال بالرادار الاجتماعي "Social Radar" لا بأس به. ووظيفة الرادار هنا تشبه وظيفة رقابة البيئة. وتقوم وسائل الإعلام بإعطاء المعلومات عن الأحداث والمجتمع. وهى تجعل الفرد على اتصال بالأنباء ومعركة الآراء. ومع ذلك ففى وسع الوسائل أن تسلط الأضواء وتركز الانتباه على بعض الأحداث والآراء دون غيرها. ولوسائل الإعلام القدرة على تفسير الأحداث حيث لا يمكن أن تكون المقالة موضوعية تماماً أو كاملة موضوعاً. كما أن لها القدرة على إبراز أهمية بعض الأشخاص الذين لديهم خصائص مميزة عندما يتعرضون لها فى الإذاعة أو التليفزيون أو الصحافة. وهى تتمكن من إمدادنا بالمعلومات عن كل ما يحيط بنا فى بيئتنا دون أن يكون لدينا خبرة عنه بطريقة مباشرة.

ثانياً: إننا جميعاً نستعمل الإتصال الجماهيرى من أجل الإقناع وذلك عندما نستخدم قنوات الإعلام لتوجيه القرارات إلى طريق مرغوب فيه. كذلك نجد أن اتخاذ القرار يأتى نتيجة لعملية الاتصال من أجل الإقناع.

وعليه فإن القرار وتوجيهه هما وجهان لعملة واحدة. فإذا اتخذ المستقبل أى قرار له أهمية، يكون ذلك، حصيلة للنقاش فى التوجيه. ويتطلب أى قرار خاص بالآخرين بعض التوجيه لكى يوضع موضع التنفيذ. ويكون هذان الجانبان معاً نوعاً من إدارة الاتصال.

وظائف وأدوات الاتصال في المجتمعين التقليدي والعصري

وظيفة الاتصال	فى المجتمع الشفهى (المجتمع التقليدى)	فى مجتمع وسائل الإعلام (المجتمع العصرى)
رادار اجتماعي	اتصال شخصى – منادى القرية – المسافرون- اجتماعات – أسواق .. إلخ	اتصال شخصى – وسائل الإعــلام
حيل الإقناع لإصدار القرار	تأثير شخصى – مجالس القادة	تأثير شخصى – قادة – مؤسسات حكومية – وسائل الرأى القانونى
تعـــــليم	تعليم فى محيط الأسرة عن طريق الخبرة والتدريب	مشاركة إجتماعية مبكرة فى الأسرة. نظام تعليمى، وسائل إعلامية للتعليم
ترفيـــــــه	المطرب الشعبي –الراقصون الرواة – اشتراك المجموعة	فنون إبداع – أداء وسائل إعلامية للترفيه

ثالثاً: هناك جبهة عريضة لفوائد الاتصال وهى ما نسميه بالتعليم "Instruction".

رابعاً: هناك نسبة لا بأس بها من الاتصال الجماهيرى تستخدم للترفية "Entertainment".

وتعد وسائل الإعلام إمتداداً للاتصال الشخصى، ولعل الخريطة السابقة توضح وظائف الاتصال فى المجتمع الشفهى - التقليدى الذى لا تتواجد فيه الوسائل الإعلامية والمجتمع العصرى الذى تتواجد فيه تلك الوسائل.

ويحدد شرام "Schramm" الذى قدم الدراسة الأساسية لهذه العملية الجديدة الشاملة، الوظائف التى يمكن لوسائل الإعلام القيام بها بمفردها، والوظائف الأخرى التى تستطيع أن تساعد بها فى خدمة التنمية الاجتماعية(١). فيقول ان خبرتنا مع وسائل الإعلام تصور سهولة التعلم منها إرادياً أو لا إرادياً. ويبين شرام أن لوسائل الإعلام فى خدمة التنمية الاجتماعية ثلاث وظائف رئيسية هى: الإعلام - اتخاذ القرار - التعليم.

أولا : وظيفة الاعلام "Infomation function" :

يجب أولا وقبل كل شىء، أن يحاط عامة الشعب علماً بالتنمية القومية، وأن يتم تركيز اهتمامهم على الحاجة إلى التغيير، والفرص التى تدعو إليه، ووسائله وطرقه، ويجب إذا أمكن، رفع مستوى أمانيهم أو تطلعاتهم.

وبشكل عام، فإن فى وسع وسائل الإعلام بمفردها أن تتناول الأعمال الأساسية الإعلامية الخاصة بالتنمية. فمثلا فى أثناء عملية الإعلام يظهر تأثير وسائل الأعلام بطريقة أكثر عمقاً على الجمهور - الذى لا يمكن الاستغناء عنه فى دفع عجلة التنمية إلى الأمام. وهذا الأثر يظهر فى ثلاث اتجاهات: توسيع الآفاق، تركيز الانتباه والاهتمام، رفع مستوى الأمانى.

(أ) تستطيع وسائل الإعلام توسيع آفاق "Widen Horizons"الفرد عن طريق إعطائه الفرصة ليرى ويسمع عن أشياء لم يرها من قبل، وأن يعرف أناساً لم يقابلهم قط (٢).

---

(1) Schramm, 1964, op. cit., p. 129.

(2) See Lerner, 1958, op. cit., p. 54, and Lerner, 1972, op. cit., pp. 23-24.

(ب) بوسع وسائل الإعلام تركيز الانتباه والاهتمام "Focus attention" ذلك أن جزءاً كبيراً من الآراء عن الأشخاص الذين لهم أهمية، أو خطورة، أو عن الأشياء ذات الفائدة، تأتي عن طريق وسائل الإعلام. وهذا الاختيار - اختيار من يكتب عنهم أو من يركز الاهتمام عليهم - يحدد، إلى مدى كبير، ما يعرفه الناس وما يتكلمون عنه. والعمل الذي تتميز به وسائل الإعلام، في الواقع، هو أثرها الذي لا يضارع في تركيز الاهتمام، وذلك عن طريق الطباعة والإذاعة والتليفزيون والسينما. وجميعها تركز اهتمام الملايين من مختلف الأفراد على نفس الموضوع وفي نفس الوقت. وأثر هذا التركيز هو الذي يمكن وسائل الإعلام من خلق «مناخ لتبادل الآراء» بين السكان وبخلق هذا المناخ تؤدي وسائل الإعلام خدماتها العامة والضرورية نحو عملية التنمية ككل.

(جـ) بوسع وسائل الإعلام رفع مستوى الأماني أو التطلعات "Raise aspi-ration" ويرى ماك كليلاند "Mc Clelland" وليرنر "Lerner" وراو "Rao" أنه في استطاعة وسائل الإعلام رفع مستوى أماني الشعوب النامية(1).

إذ بدون رفع مستوى الأماني وبدون دفع الناس إلى التطلع لحياة أفضل وإلى النمو القومي، يصبح حدوث التنمية أمراً صعباً وبعيد المنال.

وإذا نظرنا إلى هذه الوظيفة في مصر نجد أن مهمة وسائل الإعلام مهمة شاقة إلى حد ما ذلك أن هناك فجوة بين الدولة وبين نسبة من الشعب المصري، فجوة بين أصحاب المشاكل والقائمين على حلها، كل يتحدث بلغة (2).

ولعل أهم أسباب وجود هذه الفجوة هو ارتفاع نسبة الأمية مما يؤدي إلى صعوبة توصيل المعلومات.

---

(1) - Mc Clelland, 1961, op. cit.
-- Lerner, 1958, 1963, 1972, op. cit.
-- Rao, 1963, op. cit.

(2) يوسف السباعي - مصر المشكلة والحل - دار المعارف ۱۹۷۷ ص ۳۲.

ومن اللازم على الدولة، هنا، أن تجعل الشعب يساهم فى حل مشاكله وذلك بأن تعرض عليه، بواسطة الخبراء المتخصصين ومن خلال وسائل الإعلام، المشاكل بالصورة المبسطة التى يستطيع أن يفهمها دون تعقيد ودون الاتجاه إلى الأسلوب العلمى والنظريات الصعبة.

ثانيا: وظيفة اتخاذ القرار The Decision Making Function

يجب أن تتاح الفرصة للإسهام، بذكاء، فى عملية اتخاذ القرارات، ويجب أن يتم الحوار بحيث يضم جميع من يجب عليهم أن يتخذوا قرار التغيير، وأن تتاح الفرصة للقادة أن يتولوا القيادة ولعامة الشعب أن تكون آذانهم صاغية. وأن تكون موضوعات التغيير واضحة، وأن تناقش البدائل. والمقصود بذلك أنه يجب أن تنساب المعلومات إلى أعلى وإلى أسفل السلم الاجتماعى. ووسائل الإعلام فى وحدها القادرة على أن تساعد على اداء هذه الوظيفة. وفى كثير من الأحيان تتطلب وظيفة اتخاذ القرارات فى التنمية تغيير الاتجاهات والاعتقادات وأساليب الحياة الاجتماعية التى يتمسك بها الناس. وبناء عليه تصبح عملية الاتصال الشخصى المباشر واتخاذ القرارات الجماعية أكثر أهمية من الاتصال الجماهيرى، وليس معنى هذا أن الاتصال الجماهيرى غير قادر على الإسهام بطريقة فعالة فى عملية اتخاذ القرارات[1]. ففى وسع الاتصال الجماهيرى تغذية المناقشة بالمعلومات، وإظهار رأى القادة، وجعل المسائل المطروحة واضحة كل الوضوح. كما أنه بوسعها أن تمنح مكانة معينة إلى أشخاص معينين، وأن توسع الحوار بشأن سياسة ما، وأن تفرض أساليب للحياة الاجتماعية، وأن تسهم فى تكوين الذوق العام، وأن تؤثر فى الاتجاهات المهزوزة، وأن تدخل تغييرات طفيفة على الاتجاهات القوية. ولكن من الصعب على وسائل الإعلام أن تغير الاتجاهات الراسخة أو العادات ذات الجذور العميقة.

---

(1) See Lewin, 1943, op. cit.

" Katz and Lazarsfeld, 1955, op. cit.

" Klapper, 1960 op. cit.

إذ أن تغييرها يأتى عن طريق التأثير الشخصى، ويقتصر دور الاتصال الجماهيرى على المساعدة فى ذلك بطريقة غير مباشرة.

وفى مصر فإنه فى عهد الرئيس مبارك تمارس الديمقراطية بطريقة صحيحة. فالمعارضة المنظمة قائمة والمناقشات جادة وحيوية ولا توجد سلطة أو شخص فوق المناقشة. إذن هناك أرض خصبة لوسائل الإعلام تعمل من خلالها من إجل إصدار قرارات سليمة يشترك فيها الشعب (الجهة القائمة بالتنفيذ) والدولة (السلطة). وإصدار القرارات المبنية على الدراسات والمناقشات يساعد على التقدم ودفع عجلة الإنتاج .

ثالثاً: وظيفة التعليم : Teaching Function

يجب أن يتم تعليم الناس المهارات المطلوبة ويجب تعليم الكبار القراءة، وتعليم الأطفال، وتعليم المزارعين وسائل الزراعة الحديثة. ويجب تدريب المدرس والطبيب والمهندس. كما يجب على العمال إتقان المهارات الفنية لتلبية احتياجات المجتمع. والناس بشكل عام يجب أن يتعلموا المزيد عن العناية بصحتهم وقوتهم.

ويمكن القيام بجزء من هذه الوظيفة مباشرة عن طريق الاتصال الجماهيرى، وبالجزء الآخر عن طريق الاتصال الشخصى [1]. فمثلا يمكن استخدام وسائل الإعلام بنجاح داخل حجرة الدراسة باعتبارها جزءاً من الخبرة التعليمية الاجمالية تحت توجيه المدرس. ولكن إذا لم يكن المدرسين علي مستوى الانتفاع بهم، أو إذا كان المدرسون غير مدربين تدريباً كافياً فإن وسائل الإعلام يمكن أن تقوم بهذا العمل وحدها.

---

(1) See Henry Cassirer, **Television Teaching Today**, Paris, UNESCO, 1960.

* Wilbur Schramm, "The Newer Educational Media in the United States" in **New Methods and Techniques in Education**, Paris, UNESCO,1962, pp. 5 -17.

وبالمثل فإن الإذاعة قد لا تستطيع أن تشرح أية خبرة أو مهارة فى الزراعة أكثر مما يستطيع عامل متمرس عليها عمليا. ولكن بمجرد أن يتم تعليم المهارة فإن الراديو يستطيع أن يقدم المعلومات وأن يجيب على الأسئلة وأن يقدم النتائج.

والجدير بالإشارة أن مصر فى السنوات الأخيرة قد استخدمت الراديو والتليفزيون كوسائل للتعليم. فقد أعدت مثلا برامج لمحو الأمية وبرامج لتعليم وإرشاد الزراعيين أساليب مكافحة الآفات الزراعية وزيادة الإنتاج الزراعى.. وذلك بالطبع؛ بالإضافة إلى إصدار الكتيبات والمنشورات المتعلقة بوسائل التعليم والتدريب فى مجالات مختلفة.

الفصل السادس

التنميـــة الريفيـــة

بعد أن انتهينا فى الفصل السابق من دراسة عملية الربط بين الإعلام والتنمية الاجتماعية وبعد أن عرضنا بإيجاز لما قدمه العلماء والمتخصصون بالنسبة للدور الذى يقوم به الاتصال فى عمليات التنمية والتقدم الاجتماعى، سنحاول فى هذا الفصل التركيز على التنمية الريفية ونعرض للعلاقة بين الريف والحضر كمدخل لتحقيق هذه التنمية. كما سنقدم تحليلا لمفاهيم الفلاح وعاداته وتقاليده مع دراسة العوامل التى تؤثر فى التنمية الريفية والعراقيل التى يمكن أن تحول دونها.

علاقة المـدن بالريـف

مقدمة عامـة:

يشكل المجتمع الريفى فى الشرق الأوسط، كما هو الحال فى باقى أنحاء العالم الثالث، أغلبية من السكان. ويعتمد الاقتصاد القومى، فى هذه المنطقة، أساساً على الزراعة. ولهذا نالت مشاكل الريف الاهتمام الأكبر من القادة الوطنيين الذين كرسوا أنفسهم لإدخال سياسة العصرية التى تستند فى أساسها على حكومة مركزية قوية، وعلى التصنيع، والتعليم العام، وإصلاحات واسعة النطاق فى مجال توزيع الموارد. ويستلزم الوصول إلى هذه الأهداف إحداث تغييرات فعالة فى الطباع التقليدية الريفية لهذه المجتمعات (1).

وعلى الرغم من أنه لا يمكن إغفال التداخل بين منشآت الحضر ومنشآت الريف عندما ندرس الشعوب النامية، إلا أن اهتمام علماء الاجتماع بسياسة المجتمعات الريفية فى الشرق الأوسط ليس طويل الأمد بل أنه لم يتجاوز بعد مراحلة الأولى، ذلك أن اهتمامهم كان يتصل بما يجد من تطورات فى السياسة القومية.

---

(1) Richard Antoun and Illiya Harik, **Rural Politics and Social Change in the Middle East**, Bloomington Ind., Indiana University Press,1972 , P.1

والسؤال الآن هو إلى أى مدى كان قبول أهل الريف، أو رفضهم، للتغيير الوارد إليهم من الحكومة المركزية؟..

لقد أسفرت دراسات علم الاجتماع فى الدول النامية عن أن عملية العصرية تشمل الأفراد الذين ينزحون من الريف للإقامة، والعمل ، فى المدينة (١).

هذا، وكثيراً ما يحدث خلط بين كلمة الحضرية والعصرية على اعتبار أنهما مترادفان ولهما دلالة عن مدى تقدم أو انحدار القطاع الريفى للمجتمع (٢).

إلا أن صفات العصرية كمحو . . مية، والتعرض لوسائل الإعلام، والمشاركة السياسية، وتنظيم الإنتاج والإدارة بطريقة علمية، والارتفاع بمستوى المعيشة، كلها صفات يجوز أن تحدث على صعيد القرية مثلما تحدث فى مجتمع المدينة.

إن مجتمع القرية ليس كما يعتقد البعض مجتمع فى طريقه إلى الزوال، بل إنه أصبح أكثر قدرة على البقاء لأنه يتطور. إن قوى العصرية التى انطلقت منذ عصر الاستقلال، للشرق الأوسط، تقريباً جلبت معها وسائل الحياة الحديثة إلى مجتمع القرية، وقللت من انعزالها النسبى ومن ضعفها. فلقد زاد تأثير المدارس، والإذاعة، ومراكز الصحة، ومجالس القرية، والجمعيات التعاونية، والمحال المهنية، والأسواق الاستهلاكية المنظمة، والانتخابات السياسية، وتم توزيع الأراضى بطريقة أكثر عدالة - زاد تأثير هذه الأنشطة على مجتمعات القرية ولكن بدرجات مختلفة وفى مناطق مختلفة. وأصبحنا نجد اليوم عدداً كبيراً من القرى عصريا أو أصبح جزءاً من ضواحى المدينة مثل جبال لبنان، وجيلان فى إيران، والسواحل فى تونس، ودلتا النيل بمصر.

وهكذا يصبح من الأفضل لنا أن ننتقل من فكرة التقسيم من ريف وحضر إلى القرية المتحضرة، أو مدينة زراعية حيث أن كلمة «المدينة» وحدها تحمل معان أخرى.

(1) Karl W. Deutsch. "Social Mobilization and Political Development" **American Political Science Review**, 55 Sept. 1961pp. 493, - 514.

(2) Lerner, 1963, op. cit., pp. 76-107.

ولو استخدمنا اصطلاح المدينة الزراعية كذلك فإن هذا يعنى أننا أمام مجتمعاً متداخلا، كلية، فى نظام إقليمى أو نظام قومى من الناحية الاجتماعية والاقتصادية والسياسية(1).

إن القوى التى أدت فى القرن التاسع عشر إلى سيطرة المراكز الحضرية اقتصاديا علي المناطق الريفية قد تغيرت، عن طريق عمليات أخرى من التغيير، بسبب ظهور الأنظمة الشعبية فى دول كثيرة فى الشرق الأوسط. ويظهر تأثير العصرية فى الريف فيما يمكن أن يؤديه التبادل التجارى بين المدينة والقرية وما يمكن أن يقوم به فعلا من المنفعة المتبادلة (2).

ومن بين هذه التأثيرات نجد وسائل الإعلام الجماهيرية، التى ربطت مختلف مراكز السكان التى كانت منعزلة من قبل على مستوى الدولة، والتى نجحت فى خفض الوقت والتكاليف الخاصة بنقل الناس والبضائع. ولقد قامت وسائل الإعلام بنشر الأفكار والمعلومات والخدمات الترفيهية لجميع المواطنين بغض النظر عن أماكن إقامتهم. ومن نتائج الإصلاح الزراعى فى العديد من دول الشرق الأوسط نجد أن موارد القرية التى كان يقتصر استعمالها على أصحاب الأعمال فى المدينة وعلى ملاك الأراضى الغائبين أصبحت الآن ملكاً لساكنيها.

---

(1) See Illiya Harik, **Politics and Change in a Traditional society: Lebanon1711 - 1845**, Princeton: Princeton University Press, 1968.
See Nikki Keddie, **The Impact of the West on Iranian Social History**. ph. D. Dissertation university of California at Berkeley, 1955.
See John Simmons, "The Contest and Evolution of Tunisian Agricultural Cooperatives." **The Middle East Journal 24**, 1970, pp. 455-465.
See Illiya Harik, **Political Mobilization of Paesants**, London, Indiana University Press 1974.

(2) Wyn Owen, "Agrarian Reform and Economic Development with Special Reference to Egypt." **Rocky Mountain Social Science Journal 1**, 1964, pp. 68 - 76.

ففى مصر انتقلت أعمال الإتجار فى المنتجات الزراعية والأسمدة والمبيدات والبذور والآلات من أيدى التجار إلى الجمعيات التعاونية (١).

هذا الاتجاه الواحد لحركة الموارد من الريف إلى الحضر أصبح متوازناً، إلى حد ما، نتيجة للتحويلات النقدية إلى القرية التى ترسل إليها من العمال المهاجرون إلى المدن. ولم يعد غريباً على سكان القرى فى الدلتا المصرية وفى لبنان أن يحتفظوا بمحال إقامتهم الموسمية أو الدائمة فى قراهم التى ولدوا فيها، بينما يعملون فى جهة أخرى. كما أن البعض يظل يحتفظ بالتسجيل القانونى والسياسى فى القرى الأصلية ومن ثم فإنهم يعودون للانتخاب أو للترشيح لمنصب ما. وبحكم أنهم مرتبطون بكل من الريف والحضر فإن هؤلاء القرويين يعملون على تضييق الشقة بينهما (٢).

وتبدو هذه الظاهرة فى ضواحى المدن فى مصر عندما يستخدم سكان الريف ما يكسبونه فى المدينة لبناء بيوت جديدة لهم فى الريف أو لاستثمار الأراضى الزراعية والمواشى. وقد ظهر فى لبنان منذ النصف الأخير للقرن التاسع عشر اتجاه مماثل دل على المدى، المبكر، الذى بدأت فيه عملية التغيير الاجتماعى فى الجبال(٣).

وهناك جانب آخر لتغيير التوازن فى العلاقات بين الريف والحضر ألا وهو النفقات الهائلة للحكومة فى مجتمع القرية. وهذه النفقات تتمثل فى توزيع المواد التموينية بأقل الأسعار، والتسليف الزراعى بدون فائدة، وإعانة الحكومة للإسكان القروى، وإنشاء الصناعات فى الضواحى. كذلك فإنه كثر إيفاد المسئولين بالحكومة إلى المجتمعات الريفية كما حدث فى إيران ومصر وتونس والمغرب وتركيا (٤).

---

(1) Ibrahim Abu-Lughod, "Mass Media and Egyptian Village Life", **Social Forces 42,** October 1963, pp. 97 - 104.

(2) Harik, 1974, op. cit.,

(3) Zein Zein, **Arab-Turkish Relations and the Emergence of Arab Nationalism,** Beirut: Khayat's 1958, pp. 41 - 42.

(4) Antoun and Harik, 1972, op. cit., p. 9.

والعلاقات المتبادلة بين مجتمعات الريف والحضر تقاليد عميقة وراسخة. ويذكر بندر "Binder" باختصار هذه الظاهرة مشيراً إلى الدور الذى يلعبه الأفراد من الريف في الحياة القومية. وعلى سبيل المثال لا الحصر نذكر رضا بهلوى شاه إيران السابق، وبورقيبة فى تونس، وعرابى ، ومحمد عبده وسعد زغلول وآخرين، والضباط الأحرار فى مصر (١).

وتجدر الإشارة هنا إلى أن الرئيس أنور السادات، الذى كانت نشأته فى الريف، أثر تأثيراً فعالا على الحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية فى مصر فى تاريخها الحديث. وهو أمر ظاهر وملحوظ للدارسين فى التاريخ المصرى الحديث.

أهمية تفهم الفلاح:

تسعى الدول النامية إلى جعل الفلاحين يتجهون نحو العصرية "Modernization" ورغم أهمية ذلك إلا أن عدد الأبحاث التى أجريت عن هذا الموضوع لازالت غير كافية (٢).

ويأسف لويس "Lewis" كل الأسف لقلة المعلومات المتاحة عن الفلاح وطريقة معيشته وعاداته وتكوينه، واتجاهاته نحو العلم والتكنولوچيا، وقدرته على تبنى طرقاً جديدة فى الحياة.

وهناك قبل كل شيء نوع من عدم الفهم لعقلية الفلاحين الذى يؤدى الى خلق كثير من الصعوبات (٣).

---

(1) See Leonard Binder, "Political Recruitment and Participation in Egypt" in Joseph La Palombara and Myron Weiner, **Political Parties and Political Development**, Princeton: Princeton University Press, 1966.

(2) Rogers, 1969, op. cit., pp. 21 - 22.

(3) Oscar Lewis, "The Culture of Poverty" in John Te Paske and Sydney Nettleton Fisher, eds. **Explosive Forces in Latin America**, Columbus, Ohio, The Ohio State University Press, 1964.

وعلى نفس النهج يقول تيودور شاهين "Shahin" إن الفلاحين يشكلون غالبية البشر ومع ذلك فقليلا ما يفهمهم الغير (١). وقد وصفهم إنجلز، وماركس "Marx and Engels" منذ نصف قرن مضى بأنهم لغة هيروغليفية غير مفهومة من الإنسان المتحضر (٢).

ولا عجب فقد صور الفلاح على أنه كسول جاهل يقاوم كل تغيير، وهو يظل لغزاً أمام أولئك الذين لم يمارسوا حياته. ونتيجة لذلك نراه غالباً ما يوصف بالسلبية.

وتدل الإحصائيات على أن الفلاحين يمثلون ثلاثة أرباع سكان الدول النامية. ويصل مجموعهم في آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية إلى ١.٧٥ بليون فلاح. وهم الذين يتركز عليهم اهتمام هيئات مختصة بالتغيير "Change agencies" التي تعمل على نشر العصرية.

وللوصول إلى هذا الهدف يجب على أغلبية السكان أن يغيروا من حياتهم (٣). ولكي تتمكن الدولة من السير إلى الأمام لمواكبة التنمية عليها أن تصل بانتظام إلى المستمع الفلاح، ومن هنا تتضح ضرورة فهم أسلوب حياة الفلاح.

ويقول بيلي "Bailey" وهو يتكلم عن القائم بعملية التنمية أنه لا يستطيع أن يلزم الغير، بل يجب عليه أن يقنعهم. ومن أجل ذلك عليه أن يعرف القيم التي يتمسك بها الناس، وكيف ينظرون إلى العالم والمجتمع من حولهم، وباختصار عليه أن يعرف خريطتهم الإدراكية (٤).

---

(1) Teodor Shahin, "The Peasantry as aPolitical Factor", **Sociologycal Review**, 14, 1966, pp. 5-27.

(2) Karl Marx and Frederick Engels, **Selected Works**, Volume 1. New York: International Publishers, 1933, p. 159.

(3) Rogers, 1969, op. cit., p. 21.

(4) Frederick Baily, "The Peasant View of the Bad Life" **Journal of The British Association for the Advancement of Science** 23, 1966, pp 399 - 409.

من هو الفلاح :

يقول روجرز "Rogers"ان الفلاحين مزارعون يتم إلى حد كبير توجيههم، وليس من الضرورى أن يكون توجيههم توجيهاً كاملا، إلى الإنتاج المعيشى أى الخاص بالرزق، وهم يستهلكون أكبر كمية من الغذاء الذى ينتجونه، وبناء عليه فكلمة فلاح وتعبير مزارع يستهلك ما يزرع "Subsistance farmer" هما تعبيران مترادفان (١).

وحتى إذا باع الفلاح جزءاً من إنتاجه فهو لا ينظر إلى الزراعة على أنها منشأة تجارية كما يفعل المزارع التاجر. ويؤكد وولف "Wolf"هذه النقطة عندما يقول أن الفلاح يهدف إلى المعيشة لا إلى إعادة الاستثمار، فهو يبيع المحصول مقابل المال، الذى يستخدمه للحصول على بضائع وخدمات يحتاجها من أجل البقاء والحفاظ على حالته الاجتماعية وليس لتوسيع نطاق عملياته الزراعية (٢).

ويقدم كل من توماس و زانيكى "Thomas & Zaniecki"رأياً مشابهاً حيث يقولان إن الفلاح لا ينظر إلى نقوده باعتبارها رأس مال للاستثمار. فهو لا يفكر فى بادىء الأمر أن يستثمر المال بل بكل بساطة يحتفظ به فى منزله (٣).

ويرى فيرث "Firth" أن لفظ الفلاح يرتبط بالمفهوم الاقتصادى لمجتمع ولهذا فإن اقتصاد الفلاح معناه أسلوب إنتاج على نطاق ضيق، تتبع فيه التكنولوجيا والأدوات البسيطة والاعتماد فى أغلب الأحيان على ما ينتجه الفلاح نفسه من أجل بقائه، وتشكل زراعة الأرض بالنسبة للفلاح عماد رزقه(٤).

---

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 20

(2) Eric Wolf, "Types of Latin American Peasantry: A Preliminary Discussion", **American Anthropologist 57, 1955, pp. 452 - 471.**

(3) W.I. Thomas and Florian Zaniecki, **The Polish Peasant in Europe and America,** Chicago: University of Chicago Press, 1918.

(4)Raymond Firth, **Element of Social Organization, London: Watts. 1956 p. 87.**

ويعرف بلشو "Belshaw" مجتمعات الفلاحين بأنها أساليب فى الحياة يغلب عليها التوجيه التقليدى، وهى حياة ترتبط بمراكز الحضر وفى نفس الوقت فهى حياة منفصلة عنها، وتجمع بين نشاط السوق والإنتاج المعيشى(١).

أما كروبر "Kroeber" فيصف الفلاحين بأنهم يمثلون جزءا كبيرا من دائرة السكان التى تشمل عادة مراكز حضرية. إذن فهم يشكلون جزءا من المجتمع وجزءا من ثقافته (٢).

ويصف ردفيلد "Redfeld" الفلاحين بأنهم أفراد يعيشون فى جو من الحضارة القديمة، وأنهم يسيطرون على أرضهم ويزرعونها من أجل البقاء كجزء من الحياة التقليدية. وهم يتطلعون إلى سكان المدن ويتأثرون بهم لأن أسلوب حياة هؤلاء يشبه أسلوبهم، فيما عدا أنه أكثر حضارة من حيث الشكل (٣).

ويؤكد فوستر "Foster" أيضا أن مجتمعات الفلاحين ليست وحدات ذات اكتفاء ذاتى، وأن القرارات الأساسية التى تؤثر على قرى الفلاحين تأتى من الخارج(٤) . بمعنى أن أى تغيير فى مجتمع القرية إنما يفرض من الخارج، وهو ما يطلق عليه التغيير الموجه. وعند تحليل مثل هذا التغيير يصادف المرء عدداً من المتغيرات إما تساعد أو تعرقل عملية تنمية المجتمع.

وعن الفلاح المصرى دارت مناقشات كثيرة وعرضت آراء متعددة، تحت قبة مجلس الشعب وفى مناسبات عديدة، حول تعريفه. والفلاح هو ببساطة الشخص الذى يعيش فى الريف ويعمل فى الزراعة .

إلا أنه يمكن أن نقول أن الفلاح المصرى – كفئة من فئات الشعب المصرى – يتميز بالبساطة والإيمان بالله والاعتماد عليه. كما يتميز بالقناعة والرضا بما قسمه له الله (٥). يضاف إلى ذلك بأنه عادة يتمسك بالمثل العليا والمبادىء التى وضعها

(1) Cyril S. Belshaw, **Traditional Exchange and Modern Markets**, Englewood Cliffs, N.J. :Prentice -Hall, 1965, p. 45.

(2) Rogers, 1969, op. cit., p. 72.

(3) Lerner, 1963, op. cit., p. 341.

(4) George M. Foster, **Traditional Cultures and the Impact of Technological Change** New York: harper & Row, 1962, pp. 46 - 4

(٥) يوسف السباعى ١٩٧٧ المرجع السابق.

الأجداد والدروب التى ساروا عليها. ولعل أبلغ ما يمكن أن نضيفه هنا هو قول الرئيس السادات عن مجتمع القرية بأنه يعرف العيب ولا يفرط فى القيم وأن هناك كبير العائلة وهو المسئول عنها.

إذن يمكن القول بأن الفلاح المصرى قد يقبل التغيير طالما كان متمشياً مع الرسالات السماوية وهو أمر سهل. إلا أن ذلك قد يقابله من ناحية أخرى أنه يلتزم بعادات وتقاليد يرجع بعضها إلى أزمنة ولت من قديم وهذا ما نعتبره مشكلة أمام التغيير.

ولكن طالما كان التغيير فى صالح الفلاح وفيه سعادته وهنائه فإنه - بقدر الذكاء الذى لديه- يسعى إليه ويتبناه خاصة فى وجود الفئة المدربة - من المعلمين - التى توجهه وتساعده على ذلك.

متغيـرات التنميـة

إن الاتجاه بالإنسان التقليدى إلى العصرية يتوقف على عدد من المتغيرات هى التعليم، تبنى الأفكار المستحدثة، استخدام وسائل الاتصال المباشر ووسائل الإعلام، التقمص الوجدانى، التطلعات، الدافع إلى الإنجاز، الانفتاح على العالم الخارجى،الإدراك السياسى.

١ - التعليم : Literacy

هو ضرورة من أجل العصرية التى تعمل بدورها على زيادة محو الأمية. ويعرفها روجرز "Rogers" بأنها الدرجة التى تصل بالفرد إلى معرفة الرموز بإتقان فى شكلها المكتوب، وبعبارة أخرى أن يعرف كيف يقرأ ويكتب (١). وإتقان اللغة يفتح للفرد آفاقاً جديدة على العالم (٢).

---

(1)Alfred Kroeber, **Anthropology**, New York: Harcourt, 1948, p. 248.

(2) Robert Redfield, **Peasant Society and Culture**, Chicago: university of Chicago Press, 1956.

ولكن هناك مفاهيم أخرى لمحو الأمية. فيعتقد باودرميكر "Powdermaker" أنها ليست فقط مسألة قراءة وكتابة ولكنها فهم نوع من الحقيقة أبعد من الخبرة المباشرة (١).

وهناك تعبير جديد برز ولمع ونادت به منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة (اليونسكو)، وهو ما سمى بمحو الأمية الوظيفى. ويعبر عن الحاجة لإعطاء الأميين تدريبا وتعليما كافيين. ويقول التقرير أن محو الأمية يجب أن يتجاوز مجرد القراءة والكتابة إلى كيفية ممارسة الدور الكامل فى الحياة الاقتصادية والاجتماعية فى المجتمع (٢).

ويلزم للفرد أربع سنوات للدراسة كحد أدنى - حسب مقاييس اليونسكو - كى يصل إلى المستوى المثالى لمحو الأمية الوظيفى ويحتفظ به (٣).

هذا وقد قدمت منظمة اليونسكو افتراضاً عاماً مؤداه وجوب اعتبار التعليم فى البلاد النامية أمراً عملياً، وحقيقة، كوسيلة لتحقيق الغاية. والتعليم كوسيلة يعمل لخلق مواطن أكثر نفعاً وأكثر إنتاجية للمجتمع، كما يساعد على الإسراع بالتنمية القومية. ومن ثم فإنه يجب أن يتصل محتوى مادة التعليم بحاجات المجتمع وخطة التنمية.

وقد وجد روجرز "Rogers" فى المادة التى جمعها فى كولومبيا أن محو الأمية أكثر علاقة بالتعرض للصحافة منه بالتعرض لوسائل الإعلام الالكترونية. وأن محو الأمية له علاقة بالتعرض للإذاعة (ولو أنه أقل علاقة فى التعرض للتليفزيون والسينما). وهذا يدل على الأثر المركزى أو القابل للتعرض لوسائل

(1) Hortense Powdermaker, **Copper Town : Changing Africa**. New York: Harper and Row, 1962, p. 280.

(2) UNESCO, **Bridging the Gap**, Reports and Papers on Mass Communication, Delhi, 1968.

(3) See William S. Gray, **The Teaching of Reading and Writing: An International Survey**, Paris UNESCO 1956.

الإعلام "Centripetal effect" ويفسر ليرنر "Lener" الاثر المركزى -Centrip etal بأنه استعداد الفرد الذي يتعرض لوسيلة اعلامية واحدة ان يتعرض ايضاً لبقية وسائل الاعلام الاخرى (١).

ويقول روجرز ان لمحو الأمية علاقة إيجابية بالتقمص الوجدانى، وتبنى الأفكار المستحدثة، ودوافع الإنجاز، والانفتاح على العالم الخارجي، والمعرفة السياسية، وقيادة الرأى (٢).

وقد وجد رايت "Wright" أن الذى دفع سكان القرى فى جواتيمالا إلى محو الأمية إنما هو الدافع العام للعصرية والرغبة فى الحصول على أجور أعلى ومراسلة صديقاتهم (٣).

٢- تبني الأفكار المستحدثة : Lnnovativeness

هو متغير من المتغيرات الأساسية لعملية العصرية، يقول روجرز "Rogers" أن الميل إلى تبنى الأفكار المتسحدثة يعطى مؤشرا يبين إلى حد كبير المدى الذى وصلت إليه العصرية. وفى النهاية فإن درجة تقبل الفرد لأسلوب من الحياة أكثر تعقيداً وتقدماً، من الناحية التكنولوجية، تظهر بوضوح عندما يقوم بتطبيق الأفكار المستحدثة فى الزراعة والصحة وطريقة معيشة الأسرة.

والهدف من تعليم الفرد وانفتاحه على العالم الخارجي والتعرض لوسائل الإعلام هو تشجيعه على تقبل نوع جدد من الحياة. وأفضل مؤشر لهذا هو تبنى الأفكار المستحدثة التى تدل على أن الإتجاهات تتغير سلوكياً أكثر منها إدراكياً(٤).

كما يلاحظ أن سكان القرى الحديثة أكثر استعداداً لتبنى الآراء الجديدة من سكان القرى التقليدية (٥). اضف إلى ذلك أن المجددين فى المجتمعات الحديثة

(1) Lerner, 1963, op. cit., p. 341.
(2) Rogers, 1969, op. cit., pp. 81-89.
(3) Peter Wright and Others; **The Impact of a Literacy Program in a Guatemalan Ladino Peasant Community**, University of Suoth Florida, College of Education, Mimeo Report, 1967, (P. iii).
(4) Rogers, 1969, op. cit., pp. 291 - 292.
(5) See Linton, 1936, op. cit. and Rogers, 1969, op. cit.

يتمثلون فى قادة الرأى بينما تنظر إليهم المجتمعات الأكثر تقليدية على أنهم منحرفون (1).

٣- وسائل الإعلام : Mass Media

يعتبر التعرض لوسائل الإعلام شرط من شروط التنمية التى يمكنها أن تصبح، بلا شك، أحد المتغيرات الهامة التى تلعب دوراً فى التغيير الاجتماعى الموجه وفى العصرية، على نطاق واسع، فى الدول الأقل نموا . والفكرة الأساسية هنا هى أن تعرض الفلاح للاعلام يؤدى به إلى طريق العصرية. ويؤيد باى "Pye" (2). وشرام "Schramm" (3) فى كتاباتهما هذه الفكرة.

وقال باودرميكر أن العصرية التى جاءت نتيجة للتعرض لوسائل الإعلام قد أدخلت للأفريقيين شكلا آخر من أشكال الواقع يتمثل فى عالم وشعوب أبعد من حدود خبرتهم (4).

وقد استطاع التقدم الفنى لوسائل الإعلام فى السنوات الأخيرة، أن يمكن الحكومات القومية من تقديم أجهزة الراديو والأفلام وتسهيلات إعلامية أخرى للقرى بطريقة إقتصادية. وقد أدى ذلك إلى أن يتصل المسئولون بالتجمعات الجماهيرية برسائل سريعة، نمطية ودقيقة عن التنمية. وعن طريق تحسين التسهيلات الخاصة بوسائل الإعلام مثل محطات الإذاعة والتليفزيون ووكالات جمع الأنباء، ودور طباعة الجرائد تمكنت حكومات الدول الأقل نمواً من الوصول إلى تجمعات أكثر عدداً من المتعرضين عن طريق هذه الوسائل. ويبلغ القدر المطلوب من المعلومات والتعلم من الضخامة بحيث يتحتم على الدول النامية إستخدام أدوات الإعلام المضاعفة إستخداماً فعالا حتى يتحق أملها فى نشر المعلومات بالمعدلات التى تتطلبها الجداول الزمنية للتنمية (5).

---

(1) Rogers, *1969, op. cit.*, p. 299.
(2) Pye, 1963, op. cit.
(3) Schramm, 1964, op. cit.
(4) Powdermaker, *1962*, op. cit., p. 228.
(5) Schramm, 1964 , op. cit., pp. 246 - 247.

ومن المنتظر أن يقوم عدد كبير من مستمعي وسائل الإعلام الذين يتعرضون بدرجة كبيرة لها بإرشاد غيرهم من المستمعين إلى اتجاهات أفضل نحو التغيير والتنمية (١) ونحو درجة أعلى من الوعي للأحداث السياسية، ونحو معرفة أكثر للمعلومات الفنية (٢).

ويؤكد شرام "Schramm" دور الاتصال الجماهيري والمباشر في التغيير الاجتماعي، فيقول إن الوسائل التقليدية للإتصال الاجتماعي مثل السوق والمقهى والاجتماعات المحلية وغيرها، يستمر تأثيرها لمدة أطول حتى في وجود الجريدة والإذاعة. وتلعب قنوات الاتصال المباشر دوراً هاماً في تعميق أثر وسائل الإعلام في المجتمعات الأكثر تقدماً. وفي بعض الدول النامية تقوم قنوات الاتصال المباشر بالقدر الأكبر من العمل(٣).

ويؤكد بول "Pool" أهمية الكلمة المنطوقة في المجتمعات النامية، ويشرح كيف أنها أكثر فاعلية وأكثر تصديقاً من الكلمة المكتوبة. ولكنه لا يعني بهذا التقليل من شأن وسائل الإعلام وأهميتها المتزايدة (٤).

ويعرف ميرتون "Merton" التأثير المباشر بأنه إتصال يقصد به التبادل وجهاً لوجه بين القائم بالاتصال والمستقبل، الأمر الذي يؤدي إلى تغيير سلوك هذا الأخيرة وإتجاهاته (٥).

---

(1) John Mc Nelly, "Mass Commucation and the Climate for Modernization in Latin America" Journal of Inter-American Studies, 1966 No. 8 pp. 345-357.

(2) Rogers, 1969, op. cit., p. 101.

(3) Schramm, 1972, op. cit., p. 11.

(4) Ethiel De Sola Pool, "Mass Media and Politics in the Modernizing Process" in Lucien Pye (ed), 1963, op. cit., p. 247.

(5) Robert Merton, Social Theory and Social Structure, New York: The Free Press 1957 p. 415.

ويعتبر الاتصال الجماهيرى والاتصال المباشر من الوسائل التى عن طريقها تدخل الأفكار الجديدة إلى القرية. وهى الأدوات التى تتم عن طريقها عملية العصرية حتى أنه يمكن إعتبار العصرية ذاتها عملية اتصال (١).

وقد أعدت بعض نماذج للإتصال، وأخذ فى الاعتبار مختلف المتغيرات الظاهرة فى الاتصال البشرى، وفى جميع هذه النماذج نجد المصدر والرسالة، والوسيلة، والمستقبل، والأثر.

وفى عملية العصرية يكون المستقبلون عادة من الفئة الأقل تنمية. كما تكون الرسائل المعنية بالعصرية رسائل تحتوى على معلومات تكنولوجية واقتصادية وسياسية واجتماعية. وأما مصادر الإعلام فهم العلماء، والقائمون بالتخطيط فى الحكومة، وإخصائيو التغيير، وغيرهم ممن يبشرون بأفكار جديدة. وأما القنوات المختلفة فيستعمل الكثير منها ابتداء من الكلمة المنطوقة فى القرية إلى شبكة الإذاعة على الصعيد القومى. وبهذا تشترك العناصر الأساسية للإتصال فى عملية العصرية(٢).

والاتصال عن طريق وسائل الإعلام ذو أهمية فى زيادة المعرفة بالأفكار المستحدثة، بينما يقوم الاتصال الشخصى، المباشر، بإدخال تغيير فى الاتجاهات. ولوسائل الإعلام تأثير أقوى فى مجتمع القرية وذلك عندما تلعب دوراً مكملا لدور الاتصال المباشر (٣).

٤- التقمص الوجداني: Empathy

يعرف ليرنر "Lerner" التقمص الوجدانى بأنه مقدرة الشخص على أن يضع نفسه فى مكان الآخرين، ويعتقد أنه من المتغيرات الحاسمة فى عملية

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 48.

(2) Rogers, 1969, op. cit., p. 49.

(3) Rogers and Shoemaker, 1971, op. cit. p. 11

العصرية، وإنه يساعد الشخص الذى بدأ خفة الحركة حديثا على أن يعمل بكفاءة فى عالم متغير (١).

وفى تعريف التقمص الوجدانى بأنه قدرة الفرد على أن يتصور نفسه فى مكان شخص آخر، فإننا نفترض أن الفرد إذا ما فهم مشاعر الشخص الآخر فإنه سيضعها فى اعتباره عندما يتعامل معه.

وبالإضافة إلى ذلك، فإن سميث "smith" يوضح أن الفكرة الجوهرية للتقمص الوجدانى هى القدرة على أن يتصور الإنسان أن أحاسيس وتفكير وتصرف شخص آخر هى أحاسيسه وأفكاره وتصرفاته (٢). إن قدرة الإنسان على ذلك هى قدرة على التقمص الوجدانى، التى تمكنه من التصرف على ضوء تصوره هذا.

إن التقمص الوجدانى يمكن أن يكون سمة من سمات المجتمع الصناعى الحديث، المتعلم، المتحضر، والمشارك، بينما يقل ظهور هذه السمة أو يفتقر إليها فى المجتمع التقليدى (٣).

ويعتقد روجرز أن مقدرة المرء على أن يضع نفسه فى مكان غيره تأتى نتيجة لعملية الاتصال، التى تجعل الإنسان يحتك بالعالم الخارجى. وهذه المقدرة – كما يقول – عامل مهم فى عملية العصرية. كما أن البيئة الإجتماعية عامل مهم فى تنمية القدرة على التقمص الوجدانى، بالإضافة إلى الاختلافات الفردية التى تؤثر أيضاً على درجة التقمص الوجدانى عند الناس (٤)

وإذا نظرنا إلى عملية الاتصال من زاوية عناصر التقمص الوجدانى، يمكن التمييز بين نوعين مختلفين من التقمص الوجدانى: الأول هو التقمص الوجدانى للمرسل مع المستقبل، والثانى هو التقمص

---

(1) Lerner, 1958, op. cit., p. 50.
(2) Henry Clay Smith, **Sensitivity to People**, New York, Mc. Graw Hill, 1966, p. 19.
(3) Lerner, 1958, op. cit. p. 78.
(4) Rogers, *1969* op. cit., p. 201.

الوجدانى للمستقبل مع المرسل أو الرسالة. وعموماً فإن فاعلية الاتصال تعتمد على قدرة المرسل على الإحساس بدور المستقبل. وعلى سبيل المثال، يتم تشجيع الصحفى على معرفة جمهوره لكى يكتب له بفاعلية أكبر. وبطريقة مماثلة، يمكن للرسالة أن تكون ذات فاعلية أعظم عندما يكون المستقبل قادراً، إلى حد ما، على تقمص دور المرسل أو الأشخاص الذين يأتى وصفهم فى محتوى الرسائل (١).

ويقول ليرنر أن التقمص الوجدانى هو المهارة الأساسية للإتصال بالنسبة للإنسان المصرى، ويصفه بأنه نوع من التحرك النفسى (٢). والتعرض لوسائل الإعلام يقوى مهارة الفرد فى التقمص الوجدانى إلى الدرجة التى يمكن أن يتخيل فيها نفسه أى شخص، فى أى موقف.

٥ – التطلعات: Aspirations

يمكن القول أن التطلعات هى المستويات التى يتمنى أن يصل إليها الفرد فى المستقبل مثل مستوى المعيشة والمكانة الاجتماعية والتعليم والمهنة.

والتطلعات، كأحد المتغيرات، هى شرط أساسى للعصرية. ويعتقد ماك كليلاند "Mc. Clelland" (٣) ، وليرنر (٤)، وراو "Rao" (٥) أن وسائل الإعلام تستطيع زيادة تطلعات أبناء المجتمعات النامية، ومن غير المعتقد أن تحدث التنمية بدون زيادة التطلعات، أو بدون إثارة الناس للكفاح من أجل المعيشة الأفضل والنمو القومى. ويجب أن يرغب الأفراد فى معيشة أفضل مما هم فيه، وأن يكونوا مستعدين للعمل من أجل الوصول إليها. كما ينبغى عليهم كمواطنين أن

---

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 197.
(2) Lerner, 1963 op. cit., p. 342
Lerner 1958 op. cit. p. 52.
(3) David Mc. Clelland, **The Achieving Society**, Princeton, N., Van Nostrand, 1961.
(4) Lerner, 1963, op. cit., pp. 334 - 345.
(5) Laks Hamana Rao, **The Role of Information in Economic and Social change**, Mineapolis, University of Minnesota Press, 1966, p. 58.

يتطلعوا إلى أن تصبح بلادهم أقوى وأعظم مما هى فيه. وهذه مسألة غاية فى الأهمية للبلاد النامية. كما يتبين. على المدى الطويل، أثر الإعلانات على كثير من العائلات التى عملت بجد لتصل إلى مستوى أعلى من المعيشة كالذى يتمتع به أفراد آخرين. أو لتنال شيئاً ما، قرأوا عنه أو سمعوا به أوشاهدوا صورته. هذا التاريخ وتلك الإعلانات تشجعنا على الاعتقاد بأن وسائل الإعلام قد تستطيع زيادة تطلعات جماهيرها فى الثقافات النامية والمتقدمة جداً على حد سوا (١).

ويعتقد شرام أن الاتصالات الكثيرة بكل المجتمع عن طريق وسائل الإعلام تبدو مرتبطة بالتطلعات الأعلى. ويفترض بعض أصحاب النظريات فى التنمية أن خلق الحاجة العريضة لزيادة التطلعات هى المرحلة المبكرة الهامة فى العصرية (٢).

أما روجرز فإنه يعرف التطلعات التعليمية بأنها مستوى التعليم الرسمى الذى يرغبه الاباء لأبنائهم، والتطلعات المهنية هى مستوى المكانة المهنية التى يريدها الآباء لأبنائهم (٣). ويضيف إلى ذلك أن زيادة التعرض لوسائل الإعلام تؤدى إلى زيادة التطلعات التعليمية والمهنية للآباء تجاه أبنائهم. وحتى يرتبط الأفراد، فى المجتمعات التقليدية المنعزلة نسبياً، بالعالم الخارجى بفرصة المتعددة، فإنهم غالباً لا يدركون مستوى المكانة التى قد يصل إليها أبناؤهم. إن معرفة المستويات الأفضل للحياة التى يدركها الناس عن طريق تعرضهم لوسائل الإعلام سوف تقودهم إلى تطلعات أعلى (٤).

٦- دوافع الانجاز:

يمكن تعريف الدافع إلى الإنجاز بأنه الرغبة فى الوصول للكمال والإجادة من جانب الفرد كى يصل إلى إنجاز بعض ميادين النشاط (٥). ويؤكد روجرز أيضاً دور

(1) Schramm, 1964, op. cit., p. 131.
(2) Schramm, 1964, op. cit., p. 127 - 144.
(3) Rogers, 1969, op. cit., p. 55.
(4) Ibid.
(5) See David Mc Clelland, "The Achieving Motive in Economic Growth" in Bert Hoselitz and Wilbert E. Moore (eds) **Industrialization and Society**, Paris. UNESCO, 1963
See Mc Clelland, 1961, op. cit., p. 76.

وسائل الإعلام فى خلق مثل هذا الدافع، ذلك أنها تعرض للمتلقى أنواع أخرى من المعيشة، وبالتالى فهى تعطيه الفرصة للمقارنة بينها وبين معيشته (١). ولكن ليرنر يعتقد أن هناك فجوة بين ما يريده الفرد وبين ما يحصل عليه بالفعل. وربما تؤدى هذه الفجوة فى تحقيق الرغبات إلى تصاعد موجة الشعور بخيبة الأمل (٢).

ومن ناحية أخرى يقول روجرز "Rogers" وماك كليلاند "Mc Celland" أنه لم يثبت فى بحثهما أن الدافع إلى الإنجاز قد تسبب فى نجاح الفرد (٣).

٧- الانفتاح علي العالم الخارجي:

ويعنى درجة اهتمام الفرد بما هو خارج بيئته المباشرة. أما الشخص الذي ينحصر اهتمامه فقط فيما يحيط به ولا يسمح لاهتماماته أن تتجاوز هذ الحد يسمى إنساناً محلياً "Localte". بينما يقصد بالشخص المنفتح على العالم "Cosmopolite" ذلك الذى يعتبر نفسه جزءاً لا يتجزأ من عالم أكبر (٤). ويصف ميرتون "Merton" الشخص المحلى الصميم فى مدينة روفر "Rovere" بأنه ذلك الذى يرى فى روفر عالمه الوحيد ولا يعرف عالماً سواه. ومن ناحية أخرى نجد شخصاً منفتحاً على العالم يعيش فى روفر ولكنه فى نفس الوقت يعيش فى المجتمع الكبير (٥).

ويسمى بارك "Park" الإنسان المتفتح على العالم بالرجل الواقف على الحدود (٦) وأما لوين "Lewin" فيسميه حارس البوابة، (٧) ويطلق عليه باى "Pye"

---

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 261
(2) Lerner, 1958, op. cit., p. 333, 1972, op. cit., p. 105.
(3) Rogers, 1969, op. cit., p. 246: Mc Clelland, 1961, op. cit.
(4) Rogers, 1969, op. cit., p. 147.
(5) Merton 1967 op. cit., pp. 393 - 394.
(6) Robert E. Park, "Human Materials and the Marginal Man" **American Journal of Sociology**, 1928: No. 33, pp. 881 - 893.
(7) Kurt lewin, "Group Dynamics and Social Change" in Eleanor E. Maccoby and others (eds). **Readings in Social Psychology**, New York, Holt Rinehart and Winston, Inc. 1958.

لفظ سمسار ثقافي (١) وأما فولى "Foley" فيسميه «ذو السمات المدنية» (٢).

ويؤكد روجرز أهمية الدور الذى يلعبه الانفتاح على العالم الخارجي فى عملية العصرية. ومن المرجح أن الاتصال بالعالم الخارجي يجب أن ينظر إليه كبداية الدافع إلى حياة أكبر عصرية. وبالتالى، فإن الاتصال المنفتح على العالم يمكن الفلاح من الإبقاء على اهتمامه بالأفكار الحديثة وزيادتها. ومن ثم يمكن اعتبار الانفتاح على العالم الخارجي عاملا يؤدى إلى عملية العصرية (٣).

كما أن الفرد التقليدى يجب أن يتصل بالعالم الخارجي بطريقة ما قبل أن يصبح منفتحاً عليه وهذه الصلة قد تكون فعلية أى عن طريق سفر الشخص بالفعل إلى خارج مجتمعه، أو قد تكون ذهنية "Vicarious"، أى من طريق الاتصال بخارج المجتمع من خلال وسائل الإعلام (٤).

ويعتقد ليرنر فى إمكانية استخدام وسائل الإعلام كعوامل مساعدة على خفة الحركة. وهو يميز الإنسان الذى يتمتع بخفة الحركة بقدرته العالية على الارتباط العاطفى بالجوانب الجديدة فى البيئة التى يعيش فيها (٥).

ويتصل الفرد بالعالم الخارجي بمجموعة متنوعة من القنوات منها ما يلى:

١ - الأشخاص الخارجيون عن المجتمع الذين يفدون إليه.

٢ - الرحلات إلى خارج المجتمع.

٣- وسائل الإعلام.

٨- الادراك السياسي Political Knowledge

يمكن أن نقول أن الإدراك السياسى هو الدرجة التى يصل إليها الفرد فى فهم كافة المعلومات عن بلاده بصفته مواطناً صالحاً يقوم بواجباته السياسية على

(1)Pye, 1963 pp. cit.
(2) Donald Foley,Neighbors Or Urbanites? Rochester, N.y,:University of Rochester, 1952.
(3) Rogers, 1969, op. cit., p. 56.
(4) Lerner, 1958, op. cit., p. 50.
(5) Lerner. 1958, op. cit.

وجه صحيح. ويمكن الحصول على هذه المعلومات عن طريق التعليم الرسمي، والتعرض لوسائل الإعلام، والرحلات إلى المراكز الحضرية، أو عن طريق الاتصال المباشر للفرد بالاخرين الأكثر منه علماً في هذه المسائل. وغالباً ما يدل الوعي أو الإدراك السياسي على السعي الدائب وراء المعلومات. وعلى الشعور المتميز للفرد بأنه جزء من مواطني الأمة. كما يدل على أن الفرد قد حصل على الحد الأدنى للتقدم السياسي على الأقل (١).

وبينما يمثل الإدراك السياسي معرفة الأحداث السياسية والقادة خارج مجتمع الفرد، فإن التقدم السياسي ينبغي أن يتضمن تعبئة عامة الشعب للجهود القومية وتوسيع دائرة المشاركة بالطرق التي تؤثر على عملية اتخاذ القرار (٢).

ويعتقد روجرز بأن قادة الرأي العاملون في الحكومة في البلاد النامية يشعرون بأن وسائل الإعلام تعتبر قنوات قومية لنقل الأخبار السياسية، كما أنها تخلق الاهتمامات الواعية للمواطنين ومشاركتهم في السياسة، وهي تؤدي إلى تطوير الروح القومية (٣).

يضاف إلى هذا بأن تعرض الفرد المتزايد للعالم خارج مجتمعه ينعكس غالباً على إدراكه السياسي والاجتماعي. فالفلاح الذي يسافر إلى المدينة، والذي يقرأ الجريدة والذي يستمع إلى الراديو غالباً ما يكون مطلعاً على مواقف الحكومة، وخاصة ما يتصل منها بأنشطة التنمية.

وقد وجد ليرنر، في بحثه الذي أجراه في الشرق الأوسط، أن المشاركة السياسية الواسعة قد ارتبطت بالتقمص الوجداني والتعليم والتعرض لوسائل الإعلام(٤).

---

(1) Pye, 1963, op. cit., p. 20.
(2) Ibid.
(3) Rogers, 1969, op. cit., p. 11 & p. 157.
(4) Lerner, 1958, op. cit.,

كما توصل فتح الله الخطيب إلى أن التعليم يرتبط إيجابياً بالإدراك السياسي[1] وكذلك وجد هاريك "Harik" أن التعرض المتزايد لوسائل الإعلام يرتبط بالإدراك السياسي [2].

معوقات التنمية

Development Barriers

ليست التنمية هي مجرد عملية بسيطة يتبنى فيها المزارعون، مثلا، التكنولوجيا السليمة للزراعة، بل أنها تقنعهم أيضاً بمزايا الأفكار الجديدة على وسائلهم وطرقهم التقليدية. ولكي نتمكن من إقناع الفلاحين يجب أن نعرفهم أولا. وقد بينا فيما تقدم أنه من الضرورى بمكان فهم نوعية الفلاح ونضيف إلى ذلك ما سنسرده هنا.

على الرغم من تعدد أوجه الشبه بين مجتمعات الفلاحين، فيرى لويس بعض الاختلافات. فانخفاض مستوى المعيشة، مثلا، ليس خاصية من خصائص الفلاحين تتعلق بهم وحدهم وعلى الدوام. بل إن هناك بعض الفلاحين لا يعانون منه، بينما يحس به ويعاني منه بعض الفقراء من أهل الحضر. أى أن الفقر ليس احتكاراً على الفلاحين بل إن البعض فى الحضر يعاني منه[3].

ومن ناحية أخرى فإن الثقافة الفرعية، التى هى جزء من ثقافة عامة، تشتمل على كثير من عناصر تلك الثقافة العامة، إلا أنها يمكن أن تتميز بسمات معينة تجعلها منزلة عن قطاعاتها[4].

---

(1) Fathalla El Khatib and Grordon Hirabayashi, Communication and Political Awareness in the Villages of Egypt, **Public Opinion Quarterley** Vol. 22. No. 3, 1958, pp. 357 - 363.

(2) Illiya Harik **The Political Mobilization of Peasants**, Ontario, Indiana University Press, 1974.

(3) Lewis, 1964, op. cit., p. 150.

(4) Ibid.

وتعاني مجتمعات الفلاحين من عدم الثقة المتبادلة، والشك، والنفور من العلاقات الشخصية (١). ويقول روجز ان الفلاحين يعتقدون بأن كل الرغبات في الحياة محدودة، وأن ما يكسبه المرء يكون خسارة بالنسبة لغيره. وهم لا يثقون في المسئولين في الحكومة إلا أنهم في نفس الوقت، يعتمدون عليهم ويلجأون إليهم ويميل القرويون إلى حياة الأسرة، ويجعلون أهدافهم الخاصة في المرتبة التالية بعد أهداف الأسرة. ويفتقر الفلاحون بشكل عام إلى روح التجديد ولا يقابلون التغيير بالترحاب(٢).

ويؤمن الفلاحون كذلك بالقدر. والقدر هو الدرجة التي يحس عندها الفرد بعدم قدرته على التحكم في مستقبله (٣).

وتتفق كثير من الدراسات على أن أماني الفلاحين وتطلعاتهم الاجتماعية محدودة نسبياً. وهذه التطلعات تعني الرغبة في الوصول بالحالات المعيشية إلى مستوى معين في المستقبل (٤).

ويفتقر الفلاحون إلى إدراك الجزاء الأجل، وتأخير القناعة العاجلة في مقابل الجزاء الآجل(٥). وهم يتصفون أيضاً بنظرتهم المحدودة والضيقة إلى العالم. وهم محليون في تحركهم الجغرافي وفي تعرضهم لوسائل الإعلام، ولديهم

(1) George Fioster, **Tzintzuntzan, Mexican Peasant in a Changing World.** Boston: Little Brown, 1967, p. 91.
(2) Rogers, 1969, op. cit., pp. 26 - 30.
(3) - Orlando Fals Borda, **Peasant Society in the Colombian Andes: A Sociological Study of Saucis Gainesville,** Fla: University of Florida Press, 1955, p. 245.
-- Edward C. Banfield, **The Moral Basis of a Backward Society,** New York, Free press, 1958, p. 109.
-- Morris G. Cartrairs, **The Twice Born: AStudy of a Community of High Caste Hindus,** Bloomington, Ind. University of Indiana press, 1958, p. 106.
(4) Rogers, 1969, op. cit., p. 33.
(5) Louis Schneider, and Svenne Lysgaard "The Deferred Gratification Pattern: APreliminary Study" **American Sociological Review,** 1953 No. 18 pp. 14 - 149.

نظرة غير ذات بال لعامل الوقت. وهم محليون فى الدرجة التى يوجهون إليها فى نظامهم الاجتماعى (١).

وأخيراً يتصف الفلاحون بأن التقمص الوجدانى لديهم منخفض نسبياً، أى أن الشعور بقدرة الفرد على أن يضع نفسه فى الدور الذى يقوم به غيره شعور ضعيف (٢).

وإذا نظرنا إلى الريف المصرى فإننا نجد فيه أيضاً بعض العوامل التى تعوق التنمية كالإيمان بالقدر وانخفاض التقمص الوجدانى.

وبخلاف الحواجز النفسية غير الظاهرة والمرتبطة بنشأة وعادات الفلاح، هناك حواجز ملموسة وتتعلق بأسلوب معيشته اليومية والوسائل التى يستخدمها فى الزراعة ومدى حركته من أجل العمل. فمن ناحية المنزل الذى يسكن فيه الفلاح نجد أنه يفتقر إلى روح العصرية وإن كان لا يفتقر كثيرا إلى الجو الصحى. والفلاح يتمسك بتقاليده، التى ذكرناها، وبالتالى فهو لا يقبل - إلى حد كبير - التغيير والتطور.

وبالمثل نجد أن الوسائل التى يستخدمها الفلاح فى الزراعة هى وسائل بدائية وهى لا تختلف كثيراً عما كان يستخدم من آلاف السنين. ورغم أن الفلاح قادر بنفسه وأسرته على إتمام أعمال الزراعة فى أرضه على وجه مرضى إلا أن إنتاجه لا يمكن مقارنته، بإنتاج الوسائل الآلية الحديثة فى الزراعة.

---

(1) Rogers, 1969, op. cit., . 12.

(2) Lerner, 1958, op. cit., p. 79.

الفصل السابع

البحـوث وميكانيكيـة اداتهـا

المعلومـات للقرار

يرتبط مفهوم التنمية الشاملة عادة بالنمو الكمى فى التصنيع والتخطيط المركزى ونمو رأس المال، واستخدام اقصى درجات التكنولوجيا . وفى مثل هذا النموذج فان الاتصال يركز على :

١ - نشر المعلومات، كما يركز ايضا على

٢- الاقناع حيث يجعل الناس على بينه من المزايا التى تعود عليهم، وعلى

٣- التضحية المطلوبة، أو التى سيقومون بها، من أجل تحقيق التنمية، كما يركز ايضا على

٤- حث المتلقين لاتباع القادة.

وتواجه التنمية حاليا تحديات كثيرة مما يستلزم أن نركز على النشر والاقناع وعلى معرفة، ثم تلبيه، حاجات الانسان الاساسية وعلى ايجاد قدر اكبر من المساواة بين المواطنين فى الحصول على أعلى درجات المستويات المعيشية، كما اصبح التركيز حاليا ايضا على مساهمة الفرد فى صنع القرار وعلى حوافز الاجور وتبنى التكنولوجيا المناسبة.

المساهمة فى صنع القرار :

يمكن ان تتم المساهمة فى صنع القرار من تطبيق بعض الاجراءات الهامة مثل:

١ - البحث عن وسائل لعلاج مشكلات الاتصال.

٢ – ان تكون الاتجاهات نحو تحويل عمليات المعلومات الى عمليات اتصال.

٣– ان يتم تحويل الاهتمام من مجرد حصول الفرد على معلومات أو مناجاه نفسه بالمعلومات التى لديه الى الاهتمام بالحوار عن طريق الاتصال المباشر، أو الاتصال متعدد الجوانب، وتبديل التدفق الرأسى للرسائل الى نظام للاتصال الافقى(١).

ومن المهم الاشارة الى أن تقرير اليونسكو للمسئولين فى الحكومة المصرية اهمية دور المعلومات باعتبارها ثروة قومية للتنمية الاجتماعية والاقتصادية فى مصر (٢).

وهناك شعور بالحاجة الى معلومات حديثه والى بيانات يمكن الاعتماد عليها فى صنع السياسة القومية وصنع القرار وفى التخطيط فى المجالات التى لها أولوية مثل التنمية الاقتصادية، والرعاية الصحية والسكان، وتحديث الزراعة والتجارة الخارجية... الخ. وتعتبر المعلومات عامل اساسى لصنع القرارات الملائمة والفعالة وفى ايجاد مساهمة فعالة من الجمهور للرقى بالاقتصاد القومى.

ومن ثم فيمكن القول ان من المقومات الرئيسية للسياسة القومية المصرية للمعلومات ما يلى:

١ – ان لدى صانعى السياسة القومية وصانعى القرار فى كل قطاعات النشاط فى مصر اقتناع واعتراف كامل بأن المعلومات هى ثروة قومية وهامة للتنمية القومية.

٢– وأن هذه المعلومات تساهم بطرق هامة وكبيرة فى تحقيق التنمية القومية

---

(1) UNESCO, Interim Report on Communication Problems in Modernsociety, Paris: International Commission for the Study of Communication Problems, Sep. 1978, p. 58.

(2) UNESCO, 1978, opcit., p. 51.

وفى تحسين مستويات معيشة المواطنين بخلق مجتمع متقدم لديه المعلومات اللازمة والمطلوبة.

٣- تحقيق استفادة كاملة وفعالة من المعلومات والبيانات العامة وايضا الاستفادة من معلومات معينة ومتخصصة فى مختلف المهن فى مساعده الخبراء والمتخصصين فى كافة الانشطة التى يمارسها المواطنون سواء تم انتاجها أو الحصول عليها من داخل الدولة أو أى مكان آخر وأن يتم الاستفادة من تلك المعلومات فى صنع القرارات الفعالة فى حل المشكلات على كافة مستويات وقطاعات المجتمع(١).

ومن اجل هذا فانه يجب أن ينظر الى الاتصال للتنمية على انه عملية متكاملة تتضمن فهم الجمهور المتلقى والتعرف على حاجاته، وتتضمن، تخطيط للأتصال عن مجالات مختارة وعلى الاستراتيجيات ، وصنع الرسائل ونشرها على المتلقين (ويمكن ايضا الاستفادة منها فى الاتصال المباشر بين الانداد) ورجع الصدى.

عرض لبحوث الاتصال عن التنمية الريفية فى مصر

بينت نتائج الدراسات التى أجريت على الريف المصرى أنه يعانى من مشكلات كثيرة كامنة من سنوات طويلة لعل من أهمها: الأمية وانخفاض الانتاج الزراعى وانتشار بعض الأمراض المتوطنة، ومن ثم فان الريف المصرى كان دائما موضع دراسة الباحثين، خاصة الدارسين فى علوم الاجتماع والزراعة والاعلام، وهو أمر يجب أن يستمر حتى يمكن رفع مستوى معيشة القروى الى المستوى المطلوب.

وقد تركزت هذه البحوث فى السنوات القليلة الماضية بصفة اساسية على التنمية الريفية. وسنعرض هنا لطبيعة وأهداف البحوث الميدانية عن التنمية الريفية

---

(1) Neelameghan A, and J. Tocothian, Egypt's National Information Policy. Paris" UNESCO, 1987, p.5.

التى أجريت في مصر فى اواخر السبعينات والثمانيات والمناهج التى اتبعت فيها، وأهم المزايا التى حققتها تلك البحوث وأهم ما شابها من نقائص تتطلب العلاج الفورى لها وأهميتها أيضا فى رسم السياسة الإعلامية ونعرض نطاقا للبحوث.

وفى اختيارنا لهذه البحوث، راعينا أن تكون بحوثا ميدانية عن تنمية الريف المصرى قام بها باحثون مصريون، وقد استبعدنا البحوث التى اختصت بتاريخ الريف المصرى أو الدراسات الانطباعية.

وقد اختلفت اهداف بحوث الاتصال التى أجريت فى مصر عن التنمية الريفية كما أن أنواعها تعددت، إلا أنه يمكن أن نجمل تلك الأهداف فى المجموعات الستة التالية: (1).

اهداف البحوث :

١ – بحوث الاتصال التى تهدف الى دراسة اتجاهات القرويين ودراسة القيم والعادات التى يتمسكون بها والتى تقف عقبة أمام التنمية الريفية.

وقد تضمنت البحوث التى أجريت فى هذا المجال دراسة اتجاهات القرويين نحو تنظيم الأسرة، وحجم المعلومات الزراعية الحديثة التى تتوفر لديهم مثل المعلومات عن الميكنة الزراعية وعن التلقيح الصناعى للحيوانات، كما تضمنت الدراسات كذلك معرفة اتجاهات القرويين نحو مجالس القرى، والجمعيات التعاونية والمراكز الاجتماعية.

---

(1) M.I.T./CAIRO UNIVERSITY, Technological Planning Programme **Annotated Bibliography**; Communication Needs for Rural Development Research Project, Report No. 5, 1979.

أعدت اللجنة المشتركة بين جامعة القاهرة ومعهد "ماساشوتش" للتكنولوجيا (الامريكى)، والتى تضم مؤلفة هذا الكتاب ضمن أعضائها، التقرير المذكور عن التعرف على الاحتياجات الاتصالية من أجل التنمية الريفية فى مصر (فى اطار مشروع بحث ضمن برنامج التخطيط التكنولوجى).

٢- بحوث الاتصال التى تهدف الى دراسة دور وسائل الاعلام فى حملات التنمية وتركزت تلك المجموعة من البحوث على دراسة دور وسائل الاعلام، المسموعة والمرئية فى حملات محو الأمية، وفى حملات تنظيم الأسرة علاوة على دراسة دور وسائل الاعلام فى خلق وعى سياسى واجتماعى لدى القرويين.

٣- بحوث الإتصال تهدف دراسة بناء الاتصال ودوره فى المجتمعات الريفية.

وقد غطت هذه البحوث جوانب رئيسية ومتعددة مثل: دور وسائل الاعلام فى نشر الأفكار الزراعية والاجتماعية المستحدثة ودورها فى خلق النظرة العلمية لدى القرويين، لتبنى وسائل التكنولوجيا الحديثة (مثلا) علاوة على التعرف على دور وسائل الاعلام فى دراسة العوامل التى تؤثر على السلوك الاتصالى ودراسة مدى تبنى الأفكار المستحدثة بصفة عامة، ودراسة مدى اقبال القرويين على عضوية المؤسسات الاجتماعية المختلفة فى القرية ومدى انتمائهم لها، ودراسة دور الاعلام الريفى فى تنمية الريف، ودراسة دور الاعلام الدينى فى تنمية المجتمعات الريفية، ومدى تأثير نوادى الاستماع والمشاهد على حياة القرويين بالاضافة الى دراسة مدى تعرض القرويين لوسائل الاعلام ومدى ملكيتهم لاجهزتها (أجهزة وسائل الاعلام) علاوة على التعرف على البرامج الاذاعية المسموعة والمرئية التى يفضلون الاستماع اليها ومشاهدتها.

٤ - بحوث الاتصال عن التنمية الريفية التى تهدف دراسة الارشاد الزراعى، وقد ركزت الدراسات فى هذا المجال على دور مختلف قنوات الاتصال فى نشر، وفى تبنى الأفكار الزراعية المستحدثة. والواقع فان قنوات الاتصال التى استخدمت فى هذه البحوث متعددة ويمكن أن نذكر منها ما يلى:

زيارات المرشدين للحقول والمناطق الزراعية المطلوب تغييرها وحضورهم اجتماعات القرويين والمطبوعات الارشادية – والمجلات الزراعية، والبرامج الزراعية فى الراديو وفى التليفزيون، والمعارض .. الخ.

كما تضمنت أيضا دور الخصائص الاجتماعية والنفسية للقرويين في التغيير مثل: دراسة أثر التعليم وأثر الحالة الاقتصادية للقروى واتجاهاته وعاداته، على قبوله وسائل الاعلام عن الارشاد الزراعي. كما أجريت الدراسات كذلك لمعرفة نسبة القرويين الذين يدركون أهمية الافكار المستحدثة ونسبة هؤلاء الذين يتبنوها.

٥- بحوث الاتصال التي استهدفت الدراسة على قادة الرأى المحليين.

وقد أجريت الدراسات في هذا المجال على الخصائص الاجتماعية والاقتصادية لقادة الرأى المحليين ومدى علاقاتهم باتباعهم في القرى مع التمييز بين خصائص القادة والاتباع، ودور القادة في تحقيق مصالح القرويين وفي اقناعهم بتبني مشروعات التنمية وتعزيز دور القرويين في المشاركة الشعبية.

٦ – وأجريت بحوث أخرى استهدفت الهجرة الداخلية.

وقد تركزت الدراسات هنا حول تحديد «الدوافع» والظروف التي تؤدى بالقرويين الى الهجرة من الريف الى الحضر أو حتى الهجرة من القرى التي نشأوا فيها الى قرى أخرى. كذلك شملت هذه البحوث دراسة خصائص المهاجرين، علاوة على دراسة الأثر الاجتماعي الناجم عن تلك الهجرة ومدى تأقلم المهاجرين في مجتمعاتهم الجديدة.

هذا وقد ساعدت البحوث المتقدمة، كل المعنيين بالبحث بصفة عامة والمتخصصين في التنمية الريفية بصفة خاصة، على فهم ديناميكية التغير الاجتماعي في مجتمع القرية المصرية. هذا وقد اصبح مجتمع القرية المصرية، الآن اكثر انفتاحا على العالم الخارجي، وازداد اهتمام المجتمع القروى المصرى اكثر مما مضى ليس فقط بالمسائل المحلية ولكن أيضا بالمسائل القومية.

وقد يرجع هذا التغيير في مفاهيم القرويين الى زيادة تعرضهم لرسائل وسائل الاعلام من ناحية والى سهولة حركتهم في التنقل خارج القرى التي نشأوا، ويعيشوا، فيها من ناحية أخرى.

ويهم أن نوضح بأن أفكار واراء كثير من الكتاب والعلماء فى علوم الاجتماع والاتصال والنفس، وغيرها، كانت تعتبر دائما، أن القرويين يتمسكون بالعادات والتقاليد التى نشأوا عليها وشبوا على هديها مرتبطين بها الى درجة يصعب معها قبولهم للتغيير الاجتماعى، الا أن كثيرا من البحوث التى تعرضنا اليها بينت خلاف ذلك، فى أحوال كثيرة. اذ لوحظ أن التغيير الاجتماعى يحدث فى كثير من المجتمعات الريفية، وان هذا التغيير قد يرجع، فى معظم الأحوال وكما أشرنا حالا، الى زيادة تعرض القرويين لرسائل وسائل الاعلام كما يرجع أيضا الى الزيارات التى يقومون بها خارج القرى التى يعيشون فيها.

كذلك فقد اختبرت تلك الدراسات دور قادة الرأى فى التغيير الاجتماعى، حيث تبين أنه على الرغم من وجود قادة تقليديين، يتمسكون بالعادات والتقاليد الراسخة، التى استمرت قائمة ومتبعة على مر الزمان إلا أنه مع ذلك فقد ظهرت مجموعة جديدة من القادة تميز أفرادها بصغر السن وبأنهم حصلوا على قسط وافر من التعليم علاوة على أنهم يؤيدون اتباع الأفكار المستحدثة ويؤمنون بالحاجة الى التغيير، وهم على دراية تامة بأهمية هذا التغيير وبالفوائد التى ستعود على مجتمعاتهم الريفية من جراء الأخذ به (١).

مناهج البحوث :

أظهرت الدراسة التى قمنا بها على بحوث الاتصال عن التنمية الريفية، انها قد بنيت، كما أسلفنا، على أساس الدراسة الميدانية. وقد استخدمت فى جمع المعلومات اللازمة لتلك البحوث وسيلتين هما المقابلة والاستبيان. غير أنه لوحظ أن نسبة بسيطة من الدراسات المشار اليها قد اعتمدت على الملاحظة عن طريق المعايشة.

---

(1) Shahinaz Talaat The Flow of Information in an Egyptian Village, M.A. Thesis, The American University in Cairo, 1973.

هذا وقد تم تصميم صحيفة الاستبيان لكى تجمع المعلومات عن أفكار المبحوثين وآرائهم وعاداتهم وتقاليدهم ولكى تجمع المعلومات أيضا عن اتجاهاتهم وسلوكهم.

أما التحليل الاحصائى الذى اجرى على تلك البحوث فقد استخدم أساليب متعددة منها تحليل العلاقات بين المتغيرات المختلفة ووضعها فى جداول تكرارية، ومنها استخدام معامل الارتباط والمتوسط الحسابى واختبار الثقة.

مزايا البحـوث :

على الرغم من أهمية وجود خطة قومية متكاملة لبحوث وسائل الاتصال فى التنمية الريفية فى مصر، وبالرغم من انه لم يتبين وجود هذه الخطة بالشكل المتكامل الذى يتناسب وأهميتها، الا أنه مع ذلك فإن النتائج التى توصلت اليها البحوث الميدانية التى أجريت، والتى استعرضناها وأجملنا الاشارة اليها فيما تقدم، تعتبر نتائج هامة وذات فائدة جمة تساعد على رسم سياسات التنمية وخططها فى كل مرة يقوم فيها المسئولون بوضع تلك السياسات وهذه الخطط.

هذا ويمكن استخدام نتائج بحوث الاتصال عن التنمية الريفية فيما يلى:

١- رسم سياسة للاتصال الريفى تأخذ فى اعتبارها الظروف الاجتماعية والنفسية للقرويين خاصة مع زيادة استخدام وسائل الاعلام الالكترونية كالارسال التيلفزيونى بالاقمار الصناعية ورسائل مذاعة بالفيديو ومراعاة تأثيرها على معيشة الفلاح وانتاجه.

٢ – وضع سياسة للارشاد الزراعى تؤدى الى زيادة انتاج المحاصيل الزراعية وتسويقها، والى زيادة انتاجية الثروة الحيوانية كما تستخدم نتائج البحوث فى اعداد خطة عمل مشترك بين المدارس الثانوية الزراعية وبين هيئة الارشاد الزراعى، وكذلك تقوية الصلة بين تلك الهيئة وبين الجهات المسئولة القائمة بالاعلام، وتستخدم النتائج كذلك فى عمل برامج دورية لتدريب المرشدين الزراعين فى كل خطط التنمية المطلوب تطبيقها على الجمهور المستهدف.

٣ - استخدام المعومات الدينية البناءة، خاصة تلك التى ينشرها الوعاظ بالمساجد والقساوسة بالكنائس، وجعلها آراء فعالة لخدمة أغراض التنمية.

مأخذ علي هذه البحوث :

ورغم مالبحوث الاتصال عن التنمية الريفية التى اجريت فى مصر من اهمية وفائدة إلا أننا لم نجن كل ثمارها لاسباب متعددة ولعل من تلك الاسباب وجود بعض المآخذ على هذه البحوث كما يلى.

١- تركزت - تلك الابحاث على دراسة التأثير الاتصالى قصير الأجل والتغاضى عن التأثيرات طويلة الأجل (وهى قد تعتبر أكثر أهمية من التأثيرات قصيرة الأجل) والتى يهتم بها المخططون، بالدرجة الأولى، عندما يضعون الخطط القومية (كالخطة الخمسية للدولة التى تعد عن سنوات خمس قادمة).

يضاف الى هذا بأن كثيرا من تلك البحوث قد قام بها طلبة الدراسات العليا فى الجامعات وهم عادة يسعون للحصول على درجة علمية (ماجستير أو دكتوراة) ومن المعلوم أن امكانيات طالب الدراسات العليا قد تعتبر - فى كثير من الأحوال - امكانيات ضعيفة بالمقارنة بامكانيات مجموعة من الباحثين أو مؤسسة بحثيه اعلامية مثلا، ومن ثم فانه يمكن القول بأن تلك البحوث لم تحظ بدراسات مستفيضة وموسعة، خاصة من الناحية الميدانية، كمثيلاتها التى قد تقوم بها وكالات وجهات متخصصة فى البحوث، أو مراكز البحوث.

٢- عدم التنسيق فى اهداف وخطط وبرامج تلك البحوث مع الجهات المعنية بالتنمية الريفية مثل هيئة الارشاد الزراعى والمركز القومى للبحوث والمعهد القومى للتخطيط وأيضا المسئولين عن وضع سياسات الاعلام فالتنسيق من شأنه أن يؤدى الى زيادة التفاعل بين مختلف الأجهزة والقطاعات بالدولة كما يؤدى أيضا الى تقييم هذا التفاعل وتقييم التعرض لوسائل الاعلام وهو ما يساعد بدوره على زيادة سرعة دوران عجلة التنمية.

٣- اتجهت معظم هذه البحوث الى دراسة وتحليل الاتصال الرأسى «من أعلى الى أسفل من الجهات القائمة بالتوجيه والارشاد للتنمية الريفية الى القرويين» (المستقبلين لتلك المعلومات والارشادات)، وذلك دون الحصول على، أو معرفة، رجع الصدى منهم والذى يعتبر أحد العناصر الجوهرية الهامة فى عملية الاتصال الفعال. وبالتالى فان تجاهل اتجاه الاتصال من أسفل الى أعلى من شأنه أن يؤدى الى خفض فاعلية الاتصال فى عملية التنمية الريفية، وهو ما يؤدى الى عدم اعداد رسائل الاتصال وتحديد مكوناتها بطريقة سليمة، تعتمد على بيانات «رجع الصدى» بما يزيد من فاعليتها فى تحقيق أهدافها.

٤- ولأن التركيز كان على الاتصال الرأسى ودون رجع الصدى فإنه لم تتم دراسة «الاتصال الافقى» بشكل فعال مثل: كيف يمكن للاتصال أن يسرى فى كافة ارجاء القرية، وكيف يعمل الناس سويا، وما هى مشاكلهم المشتركة؟ وكيف يشترك أهل القرية مع بعضهم البعض فى تبنى أو رفض التغيير وتكون الاجابة علي هذه الأسئلة وغيرها، اطار الاتصال الأفقى». ويمثل عدم دراسة «رجع الصدى» «والاتصال الأفقى»، وجود جانبا كبيراً من القصور فى البحوث التى أجريت يتعين علاجه بما يؤدى الى المساهمة، بحق، فى عملية التنمية الريفية فى مصر.

أهمية البحوث فى رسم السياسة الاعلامية

من المعلوم انه وحتى تقوم وسائل الاعلام بمهامها فلابد من توافر علاقة من اتجاهين : بينها وبين جمهور المتعرضين لها، الذين يستخدمون بيانات ومعلومات هذه الوسائل. فوسائل الاعلام يجب عليها أن تتصل بالمتعرضين لرسائلها، كما أن هؤلاء وحتى يمكن أن يستفيدوا من رسائل وسائل الاعلام، عليهم أيضا الاتصال بتلك الوسائل. ولزيادة معدلات التنمية لابد من توافر بيانات حيقية فعالة، ولابد وأن تتفهم المجموعات الاجتماعية المختلفة فى المجتمع أهمية التنمية وضرورة العمل على تحقيق اعلى زيادة ممكنة. ومن ناحية أخرى لابد للمسئولين عن برامج التنمية تفهم كيفية

تفاعل الطبقات والفئات المختلفة فى المجتمع فيما بينها وكيفية تفاعلها أيضا مع متغيرات التنمية. ومن هنا يأتى دور البحوث، ذلك أن البحث وكما هو معلوم ماهو الا اداة يمكن بواسطتها التعرف، وبوضوح فى أحيان كثيرة، على رأى المتعرضين لوسائل الاعلام. فبحوث الاتصال التى أجريت عن رسائل الاذاعة أو الصحافة مثلا، تساعد مقدم البرنامج الاذاعى أو الصحفى على تجنب خطر اذاعة أو كتابة وجهة نظره المحدودة ببيئته الاجتماعية فقط بحيث يتعداها الى التعرض على نواحى أخرى مثل خصائص الجمهور واحتياجاته، وبالتالى فان الرسائل الموجهة تصبح أكثر فاعلية. وبحوث الاتصال انواع ولأى منها فوائد ومزايا فى رسم السياسة الاعلامية.

أنواع بحوث الاتصال :

تتنوع بحوث الاتصال عن التنمية الريفية ومن أهمها (١):

١- البحوث المكتبية، وهى تلك التى تساهم فى مضمون برامج الاتصال.

٢- بحوث عن المتعرضين لوسائل الاعلام، وهى تمدنا، عادة، بالبيانات عن خصائص الجمهور وحجمه وأنواع اهتماماته ومدى حيوية ودرجة لزوم حاجاته.

٣- بحوث عن التأثير، وهى تظهر اتجاهات المتعرضين لرسائل الاعلام والقيم التى يعتنقوها، وبالتالى تظهر اتجاهاتهم وقيم مجتمعهم، كما تظهر أيضا السلوك الذى يقومون به (وكذا سلوك مجتمعهم).

٤- بحوث تحليل احتياجات الجمهور على المستوى القومى أو على مستوى مجموعة أو فئة معينة، وعادة فان احتياجات الجمهور تختلف فى كل مجموعة وفئة على كل مستوى.

(1) Ithiel De Sola Pool "The Governance of Mass Communication" in Majid Teherenian, et al. (eds) Communication Policy for National Development, Routledge and Kegan Paul, 1977, p. 140.

٥- بحوث عن التنظيم والبحوث عن النظم التى تجرى داخل المؤسسات الاعلامية ذاتها، فهى تؤدى الى التعرف على كافة الامكانيات والموارد المتاحة بالمؤسسات الإعلامية وكيفية استغلالها تلك الامكانيات والموارد، والتعرف كذلك على كيفية ادارة تلك المؤسسات بما يؤدى الى تحقيق اهدافها فيما يتعلق بمتطلبات التغيير واستخدام التكنولوجيا المتقدمة.

٦- بحوث اختبار المواد الرائدة فى برنامج التنمية وتقييمها، وهذه البحوث تساهم فى تطوير المفاهيم عن الأفكار المتسحدثة.

ونظرا للأهمية الكبيرة التى تتصف بها البحوث وقدرتها على مساعدة الذين يضعون فكره وأهداف البحوث وقدرتها على مساعدة الذين يضعون السياسات والذين يخططون لبرامج التنمية، رغم أنها قد لا تتصف بالحياد أحيانا، فانه يجب علينا أن نفكر فى كيفية ربط أنشطة البحوث مع سياسات برامج التنمية وتنفيذها .

ومن المتفق عليه أن الهيئات القائمة بالبحوث تحتاج الى تمويل ضخم للصرف منه على تلك البحوث كما تحتاج أيضا الى مرونة تسمح لها ببعض الحرية فى الابتكار والمباردة.

ومن المهم أن نؤكد هنا على أهمية استقلال الهيئات القائمة على البحوث اذ أن هذا الاستقلال من شأنه أن يساعد على حريتها فى مساندة الباحثين فى ابتكاراتهم كما يساعد تلك الهيئات ايضا فى حث الباحثين على خلق الابتكارات المتصلة بالحاجات التى يقوم من أجلها البحث. يضاف الى هذا بأنه اذا ما أردنا أن يكون للبحث فائدة فى التطبيق فانه يجب أن تكون هناك صلة وطيدة بين الباحثين وبين مخططى سياسات الاتصال كتلك التى بين الباحثين وبين المستهدفين من البحوث.

نظام البحوث والاستفادة من نتائجها

بعد أن تبينا أنواع بحوث التنمية الريفية التى أجريت على مجتمع القرية المصرى، وتعرضنا الى أهم مزاياها والنقائص التى شابتها نعرض لمشكلة هامة هى عدم الاستفادة الكاملة من نتائج تلك البحوث ذلك انه على الرغم من المجهودات التى بذلت سواء فى تخطيط واعداد الأبحاث والدراسات، أو فى تطبيقها ميدانيا وفى تحليل نتائجها، فانه مازالت بعض تلك الجوانب - تخطيط واعداد وتطبيق ميدانى وتحليل النتائج - والى حد كبير مجرد أوراق مكتوبة دون اجراءات تنفيذية فعالة، وهو ما يجعل وكأن الجهود التى بذلت والأموال التى صرفت طاقات معطلة . ويمكن أن نستنتج من ذلك أن الواقع العلمى فى مصر مازال بعيدا عن التقدم العلمى المستهدف والذى يمكن الوصول اليه اذا ما تم وضع نظام متكام وفعال يأخذ كل هذه العناصر فى الحسبان.

وقد ترجع قلة الاستفادة من البحوث بالتطبيق الميدانى لها الى عدم وجود التمويل الكافى، الا أن ذلك لا يجب أن يقف حائلا أمام الاستفادة من التقدم العلمى - خاصة ان كانت الفوائد المرجوة من تطبيق نتائج البحوث أكثر من تكلفتها - بل يجب أن يتم هذا التطبيق بدون أى تردد وأن يستمر دون توقف طالما يحقق اهدافه.

ويهم أن نوضح أن المقصود من عدم الاستفادة الكاملة من نتائج البحوث لا ينصرف فقط الى عدم تطبيقها، وانما يشمل أيضا التطبيق الجزئى، أو الخاطىء لنتائج تلك البحوث، نتيجة تغير ظروف المجتمع القروى مثلا، وفي هذه الحالة يجب مؤائمة الوضع لاستخدام النتائج البحثية.

وقد تعددت المجالات والأنشطة التى لازالت تفتقر الى الاستفادة من نتائج بحوث الاتصال من أجل التنمية، فى معظم دول العام، نذكر منها: الزراعة، والصناعة، والتعليم. كما أنه فى الطب والصحة وتنظيم الأسرة زاد القصور اى زادت الفجوة بين النتائج والتطبيق الميدانى . وفى دراسة قامت بها الادارة الأمريكية

للصحة العامة تبين انه لم يتم الاستفادة من نتائج البحوث الطبية الجديدة مما نتج عنه وفاة ٨٨٠٠٠ مريض من مرضى السرطان، ٢٠٠٠٠ مريض من مرضى روماتيزم القلب وحالات أخرى كثيرة كانت الوفاة فيها نتيجة أمراض أخرى. ومن المنطقى انه اذا كانت نتائج البحوث العلمية مبشرة بالخير وفعالة ولم يتم الاستفادة منها، فى دولة تعد قمة فى التقدم العلمى والتكنولوجى فى العالم، فما بالنا بالدول الأقل تقدما منها أو النامية. ويتفق معنا فى هذا الرأى بعض الكتاب مثل الكاتب «فولسم» (١).

ويهم أن نوضح أنه بالرغم من الجهود المبذولة فى الاعداد للبحوث الا أنها تفتقد احيانا بعض مقوماتها بما يشوب الاعداد ببعض القصور. وحتى يمكن لنا أن نتبين مشكلة القصور فى اعداد بحوث الاتصال عن التنمية الريفية فى مصر وفى الاستفادة منها، بدرجة اشمل وأوضح فانه ينبغى أن نتعمق أكثر الى داخل العملية الاساسية لاعداد البحوث وأن نتبين العمليات المتداخلة فيها ووظائفها والمراحل الموجودة بها.

اعداد البحوث :

نكرر ما اسلفنا من أن الاستفادة من بحوث الاتصال عملية قائمة ومستمرة طالما أن حاجاتنا دائما متجددة. وهى بالطبع عملية متعلقة بالاتصال ومتعلقة أيضا بالتغيير الاجتماعى. وتعتبر نتائج البحوث فى تلك العملية رسالة من ضمن رسائل وسائل الاتصال. وهذه النتائج قد تم التوصل اليها بالدراسات الميدانية التى استشفت حاجات وآراء عينات المبحوثين. هذه الحاجات والآراء ترسل الى مخططى البحوث حيث تتم محاولات اشباعها والوفاء بها وبالتالى تعود الى الجمهور المستهدف فى صورة «افكار مستحدثة للتطبيق».

---

(1) M.B. Folsom "Today's Health Needs and Tomorrow's Services" **American Journal of Public Health,** No. 53, 1963, pp. 863-871.

وكما هو واضح فان اعداد البحث والاستفادة منه يعتبر عملية من العمليات ومن ثم وحتى نتعرف على عناصرها لابد أن نوقف حركتها فى نقط محددة وفى توقيت محدد. ثم نقوم بتحديد المراحل أو الخطوات فى تلك العملية (١). وهذا هو ما سنقوم به حيث نستعرض- للقضاء على المشكلة المعنية او تلبية الحاجة - نظام لاعداد البحوث والاستفادة منها.

ونبين فى الشكل رقم (٨) نظام البحوث الذى نوصى به وهو يتكون من ثلاث عمليات رئيسية تتصل بها بصفة أساسية ست مراحل تتفاعل مع تلك العمليات الرئيسية الثلاث بما يؤدى الى أن تعتمد بحوث الاتصال على حاجات حقيقية وواقعية وهو ما يؤدى الى تلبيه الحاجات والقضاء على المشكلات المطروحة. ويهم أن ننوه بأن العمليات الثلاث والمراحل التى تتفاعل معها هى عمليات ومراحل تتعلق بالنظام الاجتماعى (تدور الدائرة فى الشكل رقم ٨ ، مثلا بحيث قد تبدأ العملية من التطبيق حيث يعرض رجع صدى الممارس فيتم البحث عليه بعد المرور على الرابط).

عملية البحث :

وهى العملية التى يتم فيها اعداد البحث واستخدام المعلومات اللازمة عن الجمهور المستهدف، والتى يتم فيها الاستفادة من نتائج البحث.

عملية «الـربط» :

ويتم بمقتضى هذه العملية ترجمة حاجات الجمهور المستهدف ثم «توصيل» رسالة واضحة وكاملة عنها الى «الباحثين» كما يتم من خلال هذه العملية أيضا اعداد وتوزيع الرسائل والافكار المستحدثة من الباحثين الى الجمهور المستهدف فى عملية «التطبيق».

---

(١) شاهيناز طلعت، مراجع سابق ص ١١

عملية « التطبيق »

ويتم من خلالها أولا التعرف على حاجات الجمهور القروى، الذى يقوم البحث عليه، ثم بعد الانتهاء من البحث والتوصل الى النتائج تتم عملية «التطبيق» (بعد اعداد الافكار المستحدثة عند الباحث) ثم يظهر «رجع الصدى اما بتبنى الفكرة المستحدثة (ايجابى) أو برفضها (رجع صدى سلبى).

هذا، وفى العادة، فان اعمال البحث يقوم بها الباحثون سواء الذين يعملون فى الحكومة أو يدرسون فى الجامعات (أو الباحثون الذين يعملون فى أى جهة أو هيئة.. تقوم بالبحث فى مشكلة، أو مشاكل معينة أوحاجة عن التنمية الريفية وتبغى الوصول الى حلها او تلبيتها. كما يعمل بالبحث ايضا مخططوا برامج التنمية الذين يختصون ببحث وتحقيق مشاكل الاتصال عن التنمية الريفية.

ويتحدد مجال عملية التطبيق بواسطة برامج الاتصال عن التنمية الريفية. وهى تهدف أساسا الى استخدام نتائج بحوث الاتصال عن التنمية الريفية، والتى تم التوصل اليها من البحث على الممارسين.

أما العملية الوسيطة فهى العملية التى تربط العمليتين (الأولى والثالثة) معا، ومن ثم فاننا نطلق عليها عملية «الربط» أو يقال عنها «حلقة الوصل». وهى تعنى أساسا بدراسة وترجمة وتحليل وتفسير كافة المتغيرات والمعلومات والبيانات فيما بين «الباحث» وبين الشخص (أو الأشخاص) القائم بالتطبيق الميدانى للأفكار المستحدثة (نتائج الابحاث وهو ما يطلق عليه اسم «الممارس»).

وكما يظهر من الشكل رقم ٨ نجد أن للعمليات الدراسية الثلاث ست مراحل تمر بها متغيرات الاتصال عن التنمية الريفية فى مصر، يمكن أن نوضحها فيما يلى:

المرحلة الأولى:

سريان الحاجات المطلوبة وحاجات «الممارس» (وهو ضمن مستخدمو) نتائج بحوث الاتصال الذين لهم حاجات جديدة) بغرض الوصول الى «الباحث» من خلال الربط فى عملية الربط).

المرحلة الثانية:

هذه المرحلة تتم بعد أن يقوم (الرابط) بمهمته فى ترجمة حاجات «الممارس» وتبويبها ثم يحولها الى عملية «البحث حيث الباحثين والمخططين».

المرحلة الثالثة:

يحاول الباحثون أن يوفروا البيانات المطلوبة عن الحاجات العامة وحاجات «الممارسين» اما عن طريق تجميع البيانات من البحوث المعنية التى يقومون بها أو باجراء مزيد من البحوث الجديدة ثم يقومون بارسال نتيجة ذلك فى شكل أفكار مستحدثة الى «الرابط».

المرحلة الرابعة:

وهى المرحلة التى يقوم فيها «الرابط» بتصفية وتلخيص، البيانات الواردة من الباحث عن الأفكار المستحدثة وترجمتها وتفسيرها الى اللغة التى يستطيع الممارس (العادى)فهمها.

المرحلة الخامسة:

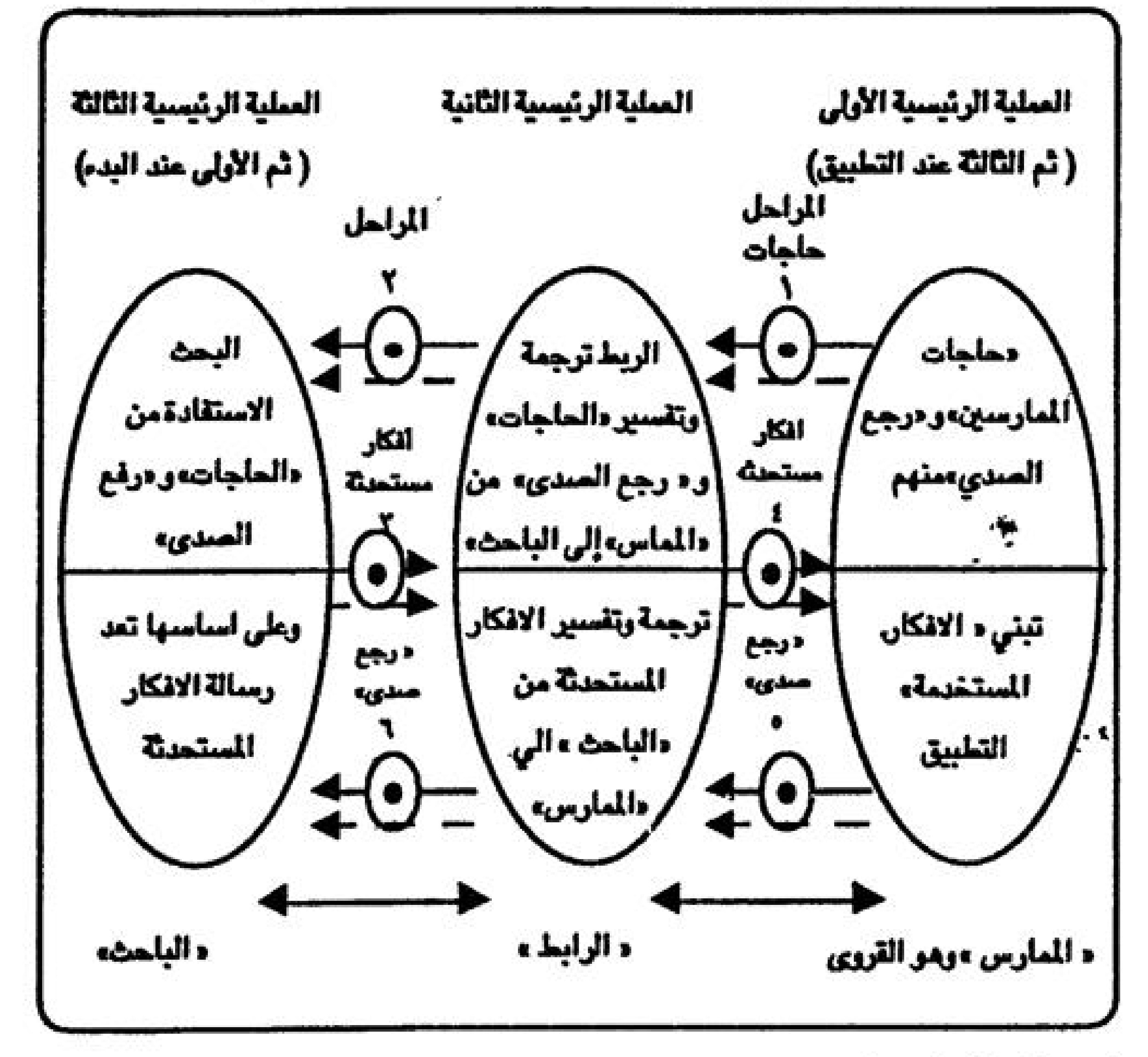
وهى المرحلة التى يظهر فيها «رجع الصدى» «حيث يقوم» الممارسون بالاتصال بالرابط فى العملية الثانية ويبينوا له مدى تناسب هذه البيانات الجديدة (الأفكار المستحدثة) وحاجاتهم وفيما اذا حققتها من عدمه».

المرحلة السادسة:

وهي مرحلة توصيل «رجع الصدى » حيث يقوم «الرابط» في العملية الثانية بالاتصال بالباحث ويوضح له، باللغة التي يفهمها النتائج التي ترتبت على البيانات الجديدة (الأفكار المتسحدثة) ورجع صدى «الممارس» ويغير الباحث الأفكار المستحدثة التي ظهرت في المرحلتين الثالثة والرابعة اذا ما كان «رجع الصدى» من الممارس الذي وصل للباحث سلبيا ام ان كان ايجابيا فانه قد تستمر الافكار في المرحليتن الثالثة والرابعة بشكلها الحالي، الى حين يتم التغيير بما يتفق وحاجات «الممارسين» المتجددة والتطور العلمي والتكنولوجي وهكذا تستمر العملية .وكما أوضحنا فانه في معظم الاحوال فان نظام اعداد البحث والاستفادة من نتائجه يجب أن يبدأ من عند حاجات «الممارسين» وهو أمر طبيعي حيث انهم الجمهور المستهدف ولذلك فقد اعتبرناها العملية الأولى في النظام الذي نقترحه لعلاج مشكلة «القصور في اعداد الأبحاث وفي الاستفادة من نتائجها. كما أن الحاجات في تلك العملية هي التي من أجلها تنشأ الأفكار المستحدثة التي يتم تبنيها «رجع صدى ايجابي». أو رفضها «رجع صدى سلبي» .

ونكرر ما يوضحه الشكل عن النظام الذي نوصي به من أن هذه العمليات تبين المراحل ديناميكية مستمرة وهي لذلك يمكن أن تشبه، مجازا بالعمليات الانتاجية في مصنع لتصنيع سيارات الركوب مثلا.

الشكل (رقم ٨) « نظام للبحوث وللاستفادة من نتائجها » (*)



اتصال المتغيرات :

١ - «حاجات» «الممارسين» تنتقل رسائلها، من العملية الأولى «الممارس» الى «الثالثة» الباحث بواسطة «الرابط» من خلال المرحلتين ١ ، ٢.

---

* ملاحظة هامة : يوجد تداخل طبيعي بين العملية الرئيسية الأول «الحاجات» والثالثة «البحث» : ففي العملية الأولى تعرف المشكلة أو الحاجة (وهي أساس البحث في العملية الثالثة) ويتم التطبيق ايضاً في العملية الأولى أما الحل أو الفكرة المستحدثة فهي تأتي من العملية الثالثة للأولى أما في العملية الثانية فالرابط هو همزة الوصل بين الاثنين .

٢- «الأفكار المستحدثة» تنتقل رسائلها، من العملية الثالثة الى الأولى، بواسطة «الرابط» من خلال المرحلتين ٣ . ٤ .

٣ - «رجع الصدى » تنتقل رسائله، من العملية الأولى الى الثالثة، بواسطة «الرابط» من خلال المرحلتين ٥ . ٦.

ملاحظات :

* اعد الشكل فى صورة دوائر بيضاوية بما يفيد أنها عمليات «وأنها مستمرة ومتجددة».

* كل عملية رئيسية قسمت الى قسمين كل قسم منها يتبين فيه الأعمال المتصلة به.

* كل اتصال بين العمليتين الأولى والثالثة يتم على مرحلتين نظرا لوجود عملية الربط (العملية الثانية) بين العملية الأولى والعملية الثالثة.

* تدل الأسهم المتقطعة على أن العمليات فى هذا النظام مستمرة.

* استخدمنا اسم «الممارس» بدلا من اسم «المطبق»، واسم « الرابط » أعمق فى التعبير من اسم «الموصل» ولذلك استخدمناه

ولتوضيح هذا التقارب المجازى من وجود أوجه شبه كبير بين عمليات نظام بحوث الاتصال عن التنمية الريفية والاستفادة من نتائجها الذى نوصى بتطبيقه وبين العمليات الانتاجية فى مصنع لتصنيع سيارات ركوب نبين ما يلى. (شكل رقم ٩):

العملية الرئيسية الاولي وتشمل:

- معرفة حاجات الجمهور

أ - ماكينة زراعية معينة (فى نظام البحوث المقترح)

ب- سيارة ركوب بشكل معين (فى مصنع سيارات).

- تلبية تلك الحاجة

أ - توفير تلك الماكينة (فى نظام البحوث).

ب- تصنيع هذه السيارة (فى مصنع سيارات).

العملية الرئيسية الثانية:

وينبثق عنها مراحل للمساعدة فى تحقيق متطلبات العملية الرئيسية الاولى:

- ترجمة هذه الحاجات للباحثين

أ - لتوفير ماكينة زراعية تحقق حاجة الممارسين

ب- لتصنيع سيارة ركوب تحقق رغبة العملاء.

وترجمة رجع صدى للباحثين أيضا:

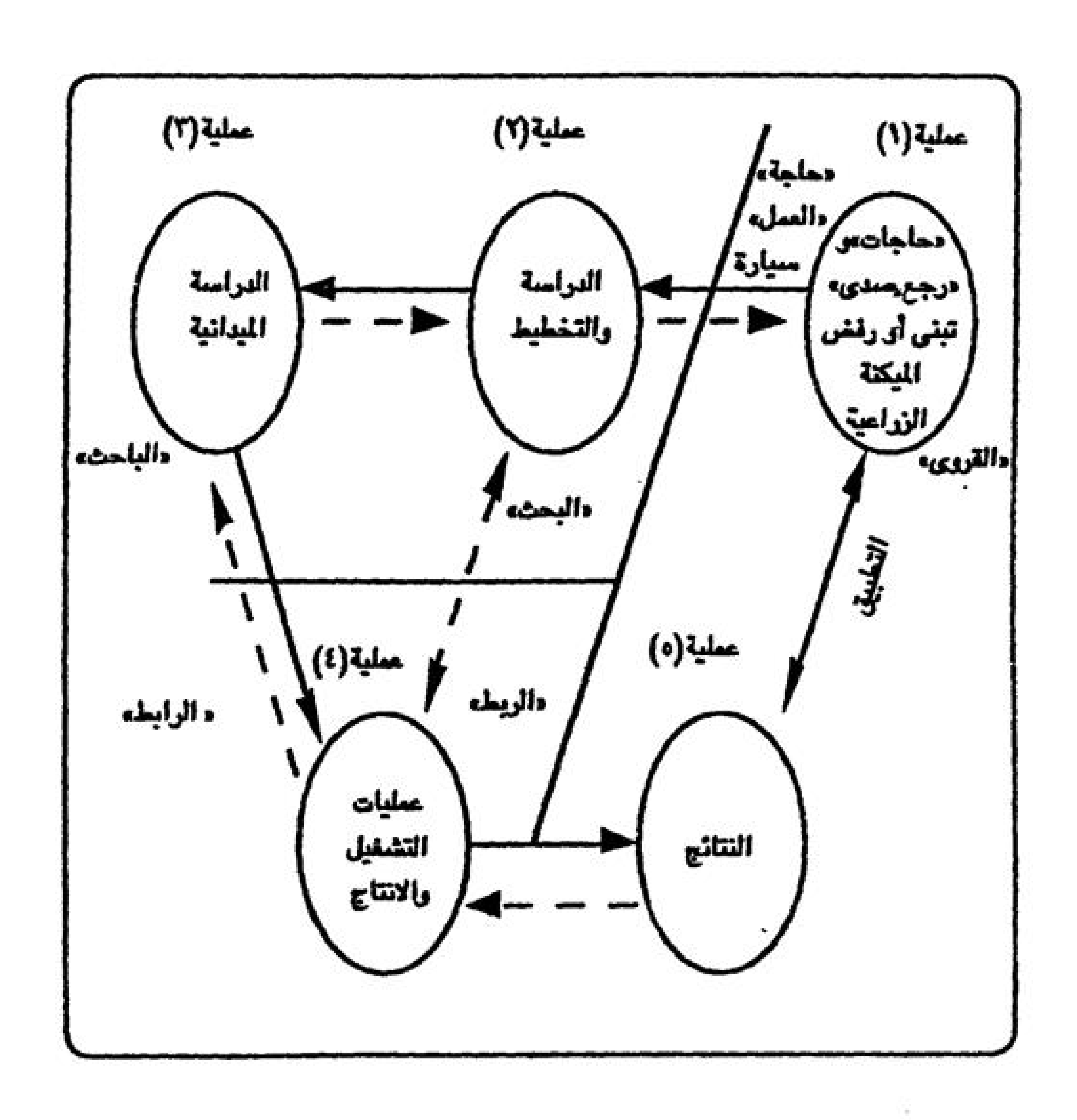
أ - عند استخدام الممارسين للماكينة الزراعين .

ب- وعند استخدام العملاء سيارة الركوب

الشكل رقم ٩

عمليات نظام البحوث والاستفادة من نتائجها والعمليات الانتاجية

فى مصنع للسيارات



والعملية الرئيسية الثالثة عن البحث يتم فيها:

أ - تحديد الحاجات الحقيقية للممارسين لاستخدام ماكينة زراعية واعداد الفكرة المستحدثة عن الماكينة الزراعية (مواصفاتها ونوعيتها.. بما يشبع حاجة هؤلاء القرويين الممارسين).

ب - تحديد الحاجات الحقيقية للعملاء لاستخدام سيارة ركوب واعداد الفكرة المستحدثة عن هذه السيارة (ما يشبع تلك الحاجة).

وبين هذه العمليات الرئيسية الثلاث هناك مراحل لاعداد الافكار المستحدثة (اعداد ماكينة زراعية لحاجة القروين الممارسين وتصنيع سيارة ركوب لعملاء المصنع).

والحقيقة فان «حاجات» (١) القرويين الذين «سيستخدمون» نتائج بحوث الاتصال عن التنمية الريفية حاجات متعددة ويصعب تقييمها بدقة. فبعض تلك الحاجات ظاهر لنا ويمكن التأكد منه عن طريق الدراسات الميدانية على القرويين وعن طريق اللجان التى تشكل من بين هؤلاء القرويين والتى يحددون فيها حاجاتهم وهو ما يساعد الباحثين فى بحوثهم. كما أن تلك الحاجات يمكن التعرف عليها أيضا عن طريق «الرابط» الذى لديه بحكم عمله، اتصال مستمر باعداد كبيرة من «الممارسين». ومن جهة ثانية فان لدى القرويين «حاجات» أخرى ذات طبيعة أكثر عمقا يمكن أن نتبينها وأن نقيمها فقط من خلال ايجاد حاسة رقيقة نستطيع أن نلتمس بها تلك الحاجات فى فترة زمنية معينة. وفى العادة فان تلك «الحاجات» قد تتدرج

---

(1) Vance Packard **The Hidden Persuaders,** New York: Pocket Books, 1964.

- Abraham H. Maslow **Motivation and Personality,** New York: Harper and Row, 1954.
- Rueben Hill and Others **Needed Social Science Research in Population and Family Planning.** New Delhi: Ford Foundation, Mimeo Reports p. 968.

تحت كل ما يكمن فى نفس القروى وتحت كل ما يسبب له حرج أو يتعلق بكرامته فى بعض الأحوال. فاقامة ابنة القروى غير المتزوجة، وحدها، فى المدينة كان، ولازال لدى البعض، أمرا محرجا للقروى. ومن ثم فان «حاجة» القروى الى المال وبالتالى رغبته «الكامنة» فى توظيف ابنته واقامتها خارج القرية قد لا يعلمها الا شخص يتمتع بحاسة لماحة ودقيقة وقد يكون ذلك الشخص قد عايش المجتمع الريفى الذى نشأ فيه ذلك القروى.

يضاف الى هذا بأننا نجد نوع ثالث من «الحاجات» وهى تلك التى لا يمكن معرفتها لحين تكون امامنا بدائل أخرى طبقا لما تظهره نتائج بحوث الاتصال عن التنمية الريفية. مثال ذلك أن يكون امام الفلاح استخدام الميكنة الزراعية، بما توفره من آلات حديثة مما يعطى له انتاجا أكبر بجهد أقل قد يغطى ارتفاع تكلفة اقتنائها، باعتبارها بديلا للنظام اليدوى التقليدى فى الزراعة.

ومن ثم فاننا نجد أن عمليات نظام بحوث الاتصال عن للتنمية الريفية تؤدى، غالبا، الى خلق حاجات جديدة كما تؤدى الى تبديل أولويات الحاجات القائمة. ففى المثال المتقدم نجد أن استخدام الفلاح للآلة الزراعية الحديثة خلق عنده حاجة جديدة، قد تتعلق بتطلعه الى الحصول على أنواع أخرى من الآلات الزراعية - وهذا من شأنه أن يؤدى به الى تبديل الأولويات يشترى اليوم آلة، بالتقسيط، بدلا من أن يقوم بتشغيل عدد من العمال باليومية مثلا.

وقد نجد فى بعض الاحوال أن «الممارس» لا يشعر بأنه يحتاج الى فكرة جديدة لتبديل «حاجاته» الحالية الا اذا علم بوجود بدائل يمكن له استخدامها وأن تلك البدائل قد تحقق له استفادة أكبر. وهنا يأتى دور وسائل الاعلام حيث توفر له المعلومات اللازمة عن البدائل والأفكار المستحدثة سواء بواسطة «الكاتالوجات» أو البرامج الريفية بالاذاعة والتليفزيون. وكما أوضحنا فان «الممارس» وهو القروى يستمر فى اعادة ترتيب حاجاته استنادا الى نتائج بحوث الاتصال عن التنمية الريفية والتى يتعرض لها عن طريق وسائل الاعلام - وهذا ما يؤدى بنا الى القول بأن عملية تقييم «الحاجات»، واعادة ترتيبها، هى عملية مستمرة عبر الزمان.

ويهم إعادة التنوية هنا بأن النظام الذى نوصى بتطبيقه «للبحوث وللاستفادة من نتائجها «يبين أن القائمين بعملية «الربط» – وهم فى الوسط بين الباحثين وبين الممارسين يقومون بترجمة «حاجات» الممارسين وتوصيلها الى الباحثين باللغة التى يفهومها وبالاصطلاحات العملية التى درسوها (وفقا لما تم الاشارة اليه فيما تقدم).

ويمكن أن نجمل أهمية القائم بعملية «الربط» فيما يلى:

(أ) انه يستطيع أن يقيم «حاجة» الممارسين [1].

(ب) أنه يمكنه أن يعمل مثل «حارس البوابة».

(جـ) يمكن أن نشبه «الرابط» بالجسر الذى يمر فوق نهر من الأنهار بما يؤدى الى «الربط» بين «الباحثين» و «الممارسين» فكل منهما متواجد على أحد ضفتى النهر).

ومن المتفق عليه أن الباحثين هم عادة اشخاص فنيين ومتخصصين وذوى خبرة فى التنمية الريفية، ولكن طالما أن «الممارس» ليس متخصصا فيها، كما وأنه لا يتمتع بتلك الخبرة فان اللغة التى يتكلم بها والاصطلاحات التى يستخدمها ومصلحته التى يبغيها قد لا تتفق مع ما يفهمه «الباحث» أى أن كل منهما، فى الغالب، قد لا يفهم كل ما لدى الآخر. ولنضرب لذلك مثلا: المهندس التنفيذى فى شركة المقاولات حاصل على الدرجة الجامعية، أو على درجة أعلى منها، وهو فى أثناء التنفيذ قد لا يستطيع توصيل بعض المعلومات عن بناء حائط خرسانى الى عامل البناء وفى ذلك فقد نشأت وظيفة بينهما هى وظيفة مساعد المهندس الذى يقوم بها فنى متخصص ولكنه قد لا يحمل الدرجة الجامعية وانما مازال فى الجامعة أو حصل على دبلوم ثانوية صناعية أو ما شابه. هذا الشخص يستطيع أن يتلقى المعلومات من كل من الطرفين ويوصلها للآخر. ويمكن مجازا، تشبيه «الباحث» فى عملية البحث فى

---

(1) Wilbur Schramm Mass Communication, Urbana University of Illinois Press 1960 pp. 175 - 177.

– سمير محمد حسين، بحوث الاعلام: الاسس والمبادىء، الطبعة الاولى، القاهرة: دار الشعب ١٩٧٦، ص ٢٤.

نظامنا هنا» بالمهندس، ونشبه «الرابط» «فى العملية الثانية» بمساعد المهندس وأن كان الرابط على دراية اكبر كما يمكن أيضا تشبيه القروى «فى عملية التطبيق» بعامل البناء.

وعن هذا المعنى يتكلم «رادل» حيث يرى أن الشخص الذى يتواجد بين «الباحث» وبين الشخص الذى يتولى «التطبيق» لا يقوم بأى من العملين ولكنه يفهم كلا منهما (1).

ومن الشكل رقم ٨ نفترض مثلا «حاجات» «الممارس» (أ) قد وضعها «الرابط» (ب) فى رسالة الباحث (جـ) بعد أن يكون (ب) قد قام بتحليلها وترجمتها وصياغتها الى اللغة التى يفهمها (جـ). وعلى هذا فان العمل الذى سيقوم به (جـ) سيرتكز أساسا على «حاجات» «الممارس» (أ) و«حاجات» «الممارس» هى التى تؤدى الى «البحث». وقد يتسائل البعض هنا ما هو الوضع اذا لم توجد أمامنا «حاجة» للمارس؟ بمعنى انه قد تظهر لدينا مشكلة ما – ولم تظهر حاجة – وأردنا أن نبحث فيها، من أين نبدأ «البحث» طالما لا توجد تلك «الحاجة»؟ فمثلا لدينا مشكلة عن التنمية الريفية تتلخص فى انخفاض الانتاج الزراعى واردنا أن نبحث فى تلك المشكلة باستخدام النظام الذى نوصى به هنا فكيف نبدأ ومن أى عملية طالما أن المتغير الرئيسى للعملية الأولى غير ظاهر ؟ أو ظاهرة بغير وضوح

لقد أجبنا على هذا السؤال فيما تقدم، ونكرر بأن «الحاجة» أم الاختراع، فأى مشكلة عامة أو هامة تستلزم البحث فيها لابد وأن تتضمن «حاجة» أو «حاجات». ففى مشكلة انخفاض الانتاج الزراعى هناك «حاجة» الى تعديل الأساليب الحالية فى الزراعة «وحاجة» الى تعليم المزارع الأساليب الحديثة كما أن الفلاح نفسه لديه أيضا «حاجة» الى زيادة هذا الانتاج وتحسين مستواه المعيشى، كما أن محاولة

(1) David Radel "Communication Research and Communicating Research: The Population Field Encounters Old Problems and Attempts New Solutions". Paper Presented at the Conference on **Major Issues in World Communication,** Honolulu: East-West Center, 1972.

الارتفاع بمستوى المعيشة يمثل حاجة. كما ان الحاجة مسألة نسبية ويمكن أن تمثل رغبات عدة للشخص حاجات مختلفة . وفى مشكلة محو الأمية نجد أن الأمى فى حاجة الى أن يتعلم.. وهكذا.

نعود مرة أخرى الى المناقشة حول نظام «البحوث» الذى نوصى به. ونوضح بأنه اذا توفرت للباحثين المعلومات المطلوبة عن حاجات «الممارسين» فانهم يقومون بنقلها بعد ترجمتها وتحليلها فى صورة أفكار مستحدثة (اما اشباعا لحاجات «الممارسين» التى عبروا عنها أو حاجات كامنة لم يعبروا عنها وانما تعرف عليها «الرابط» بحكم عمله واتصاله بالممارسين وضمنها رسالته للباحث) الى الرابط. فاذا لم تكن المعلومات التى نقلها الرابط وضمنها رسالته الى الباحث كافية أو غير واضحة أى اذا لم يستطيع «الباحث» فهم ما يريده «الممارس» فان الأمر حينئذ يستلزم مزيدا من البحث والدراسة.

وكما أوضحنا فان «الرابط» يقوم بدور هام وحيوى فى عمليات «نظام البحوث» الذى نوصى به وفى مراحله الست، وبدونه قد لا تتم تلك العمليات. ذلك أن «الباحث» ينقل «للرابط» رسالته وهى عادة فنية للغاية وتتضمن بيانات كثيرة متعددة ومتشبعة ومن ثم فهو ان لم يستطيع تلخيصها وتبسيطها ثم ترجمتها الى اللغة التى يمكن «للمارس» أن يفهمها فان هذا الأخير سيصبح فى موقف لا يحسد عليه. ويضيف «برايس» إلى ذلك أن الشخص الذى يستخدم البيانات سيكون شخص متخم (1). هذا وإذا لم تتوفر للمارس البيانات بالدرجة والنوعية والكمية التى يستطيع استيعابها فانه اما أن يطبق الرسالة خطأ أو لا يطبقها على الاطلاق. والواقع فان هذه المشكلة لا تتعلق فقط بعدم تبسيط واختصار البيانات أو حتى بعدم توافرها وانما تتعلق ايضا وبصفة أساسية، بمدى «استيعاب» المارس لها. ولعل الصورة

---

(1) Derek De Sola Price **Little Science, Big Science;** New York: Columbia University Press, 1963 pp. 69 - 70.

- Phillip Davison, James Boylan and Frederick Yu **Mass Media : Systems and Effects,** New York, Praeger Publishers, Inc. 1976 Chap. 5.

تتضح أكثر اذا تصورنا فى المثال الذى أوردناه حالا عن المهندس ومساعد المهندس وعامل البناء، أن الأول قد طلب من الثالث مباشرة، دون المرور على مساعد المهندس أن يحسب له حسابا علميا مثلا كمية الطوب الأحمر المطلوبة لبناء الحائط الخرسانى وكذا كميات الرمل والأسمنت والزلط والحديد .

وتنقلنا هذه المناقشة الى نقطة (هامة) وهى كيفية تجنب اعطاء «الممارس» معلومات تفيض عن امكانياته وقدرته على الفهم.

كيفية تجنب تضخيم وتعقيد ومعلومات «الممارس»:

١ – لابد من تنقية وتبسيط رسائل «الباحث» للمارس عن طريق «الرابط» وأن تكون المعلومات التى تصل «الممارس» من الرابط، هى انسب وابسط المعلومات التى يمكن أن يتفهمها بسهولة مع استبعاد المعلومات الفنية المعدة (مثل ميكانيكية تشغيل الالة الزراعية).

٢ – تصميم مضمون رسالة «الرابط» المرسلة الى «الممارس» بحيث تصبح مفهومة تماما له «الممارس». ويمكن فى هذا أن نشبه تلك الرسالة بالكتيبات الصغيرة التى توضح فكرة مستحدثة وكيفية تطبيقها ميدانيا كالمعلومات الفنية التى توضح نوع الة من آلات التصوير والشركة المنتجة لها وكيفية تشغيلها.

٣ – حذف التفصيلات غير الضرورية فى رسالة «الباحث» الى «الرابط» والتى على اساسها يعد هذا رسالته «للممارس» حتى يكون ما يصل اليه (الممارس) هو أقل قدر من تلك المعلومات [1] «أى ماقل ودل» فيكفى فى المثال السابق القول بأن تشغيل الة التصوير بالضغط على مفتاح رقم كذا.... وان وضع الفيلم فيها يتطلب استخدام جزء رقم كذا.. دون باقى التفصيلات التى لا داعى منها مثل كيفية اعادة تركيب قطع غيار لها أو الكيفية التى تتلقى بهال العدسة الضوء ثم ترسله للفيلم.. الخ.

هذا ويهم أن نوضح بأن المرحلة الرابعة فى الشكل رقم ٨ قد تشمل عددا من الخطوات اللازمة حتى تنقل «الفكرة المستحدثة» بمعرفة «الرابط» من الباحث الى

(1) See John Platt and James Miller "Handling Information Overload" Ekistics. No. 28, 1969 pp. 295 - 296.

الممارس وحتى يتبناها (أو يرفضها). ذلك أن الظروف التى وضع على اساسها الباحث فكرته المستحدثة قد تختلف عن الظروف التى سيتولى فيها «الممارس» تطبيقها. ومن ثم فانه يقع على عاتق «الرابط» مسئولية أخرى تختص بمساعدة «الممارس» على التأقلم على تنفيذ الفكرة المستحدثة (اذا هو تبناها). وأبسط مثال لذلك هو استخدام الفلاح لآلة الزراعية لأول مرة فى الزراعة أو استخدام الكيماوى أو المبيد الحشرى لأول مرة أيضا فانه يحتاج الى من يرشده لهذا الاستخدام. وهذا الارشاد جزء هام من الظروف البيئية المحيطة بالممارس والتى يجب أن يأخذها الباحث بعين الاعتبار ويبين الشكل رقم ٨ ايضا وجود «رجع صدى» من «الممارس» (القروى) الى «الباحث» والذى يمر على «الرابط» لتوضيحه وترجمته الى ما يستطيع «الباحث» فهمه. ويتم ذلك من خلال المرحلتين ٥ ، ٦ وقد أوضحنا أن رجع الصدى قد يكون ايجابيا بتبنى القروى للميكنة الزراعية مثلا أو سلبيا (اذا رفضها).

مقومات أساسية يجب أخذها في الاعتبار في النظام:

١- أن عمليات النظام الذى نقترحه لبحوث الاتصال عن التنمية الريفية فى مصر تبدأ بمعرفة الاحتياجات العامة الاساسية واحتياجات «الممارس».

٢ – لابد من وجود «الرابط» حيث أنه وكما بينا محور هام يدور حوله النظام ويهم أن نوضح هنا بأننا لا نتفق مع البعض الذين يرون أن «البحث» الجيد هو سلعة ممتازة يسهل بيعها اذ انه اذا لم يؤخذ فى البحث «حاجة» المجتمع القروى المستهدف الذى سيقوم بتطبيق نتائج البحث فاننا نكون كمن يعطى الجائع ماء بدلا من الطعام أو العكس.

٣ – يحسن الا يعرض على «الممارس» الا المعلومات المبسطة والضرورية اللازمة لكى يطبق نتائج البحث دون «اتخامه» بالمعلومات المعقدة أو الكثيرة التى لا تجدى فى تطبيقه للبحث خاصة وانه من المفترض فيه أن امكانياته العلمية والفنية محدودة.

اساسيات فى تطبيق نظام للبحوث

نعرض فيما يلى بعض الاساسيات التى تبين اهمية وجود نظام البحوث الاتصال عن التنمية الريفية فى مصر فى المستقبل:

١ - ضرورة الاستفادة من «نظام بحوث الاتصال والاستفادة من نتائجها»:

ذلك أن نظام بحوث الاتصال والاستفادة من نتائجها، الذى أشرنا اليه، يمكن أن يوفر المزايا التالية»:

(أ) استخدام الطرق الحديثة فى معرفة الحاجات الاساسية للممارسين بما يمكن أن يؤدى الي تطبيقهم لنتائج البحوث تطبيقا سليما مع الاستعانة بخبرات علماء العلوم الاجتماعية فى تحديد تلك الحاجات وترتيب أولوياتها .

(ب) لابد من اقتناع المسئولين عن رسم سياسات الاتصال من أجل التنمية الريفية وواضعى خططه، بأهمية الدور الذى يلعبه الرابط فى عمليات النظام الذى - اقترحاه ومن أن وجوده - لتحليل وتفسير وتجميع وتبسيط البيانات وغيرها من الأعمال التى قد تختلف فيما بين أعمال بسيطة وأعمال معقدة - فيما بين «الباحث» والممارس شرط أساسى لا مكان اجراء بحوث الاتصال على أساس علمى سليم من ناحية، ولا مكان الاستفادة من نتائجها من ناحية أخرى. ومن ثم فاننا نوصى بضرورة أن يراعى فى بحوث الاتصال فى مجالات تنظيم الاسرة والصحة الزراعية والتنمية الريفية بصفة عامة وجود الفئات الرئيسية الثلاث المذكورة ، من القائمين بالبحث وبالتطبيق، «الباحث» الرابط - «الممارس» وأهمية الربط بين أعمال هذه الفئات الثلاث. مع ضرورة اختيار «الرابط» بحيث يتمتع بدراية علمية واسعة وخبرة عملية فى حدود مؤهلاته بما يقربه علميا من الباحث كما يجب أن يكون، لديه فى نفس الوقت، القدرة على تبسيط معلوماته الى المستوى الذى يفهمه «الممارس».

(جـ) لابد أن يتوافر نظام سليم للمعلومات من ناحية تجميعها وتخزينها - وتحليلها وتبسيطها وتفسيرها ثم توزيعها سواء على «الباحث» أو على «الممارس» (كل

حسب متطلباته وامكانياته) كما يجب أن يتسم هذا النظام بالشمول بما يمكن من تسهيل أعمال المسئولين من وضع استراتيجيات الاتصال.

٢ - اشباع «حاجات» القرويين واشراكهم في البرامج:

يجب أن تؤدى بحوث الاتصال الى اشباع «حاجات» القرويين والحاجات العامة الاساسية المطلوبة هذا من ناحية ومن ناحية أخرى فانه لابد من اشراك القرويين فى اختيار تلك الحاجات وهو ما يتم على أساسه اعداد خطط بحوث الاتصال وبرامج استخدام نتائجها. كما أنه لابد أن يقتنع هؤلاء القرويين بأن لهم دور ايجابى فعال فى التغلب على مشكلاتهم القائمة وبأنه يجب عليهم القيام بهذا الدور (١).

٣ - وضع سياسة وخطه قومية لبحوث الاتصال:

لابد أن تسعى كافة الجهات المسئولة عن التنمية الى وضع سياسة قومية عامة، وخطط لتنفيذ تلك السياسة عن بحوث الاتصال عن التنمية الريفية فى مصر، وبحيث تأخذ فى اعتبارها الاستفادة الكاملة من الامكانيات المتاحة والخبرات القائمة بما يؤدى الى الاسراع بعجلة التنمية وبالتغيير الاجتماعى. كما يجب أن تتجنب الخطط الموضوعة تكرار موضوعات وأهداف تلك البحوث وأن تتجنب أيضا الاسراف فى استخدام الامكانيات المتاحة، مع ضرورة الاستعانة بالخبرات النادرة والكفاءات الفنية العالية.

٤- الاستفادة من الابحاث كمرشد للسياسات:

وهنا فانه يجب مراعاة الآتى:

(أ) لابد أن يتم تصعيد نتائج بحوث الاتصال عن التنمية الريفية الى المستويات التى تضع السياسات القومية لبحوث الاتصال، مع ضرورة استيفاء كافة

---

(1) See Gehan Rachty "The Role of Modern Communication Technology in Rural Development" unpublished research for the M.I.T./ Cairo University research project. 1978 p. 5.
- See Nas Cimento "Using Commincation to Support Development: The Guyanan Experience" in I.I.C., **Issues in Communication** No. 1, London I.I.C, 1977 P. 18.

البيانات التى تتطلبها المستويات القومية العليا عن نتائج البحوث وتوفيرها بما يمكن من أن تصبح تلك النتائج ذات فائدة وقيمة على أعلى وجميع المستويات كما يجب أن تتخلص عملية تصعيد نتائج البحوث من ضغط العمل اليومى اذ لابد أن يعهد بها الى مسئولين متخصصين فى البحث والدراسة بعيدا عن العملية التنفيذية.

(ب) يجب أن يتصل الباحثون فى المؤسسات الاعلامية المختلفة (وفى كافة الجهات التى لها اختصاص فى عملية التنمية الريفية فى مصر سواء رسمية أو غير رسمية) ببعضهم البعض وأن تظل هذه الصلة قائمة بصفة دائمة مع تبادل الأفكار وتبادل ترجمة وتفسير البحوث التى أجريت فى كل موقع .

(جـ) لابد من اعداد نظام يتم بمقتضاه نشر كافة المعلومات عن بحوث الاتصال عن التنمية بصفة عامة وعن التنمية الريفية بصفة خاصة، سواء من ناحية الموضوع أو المنهج أو الهدف أو النتائج.. وفى جميع انحاء الجمهورية بحيث يستطيع كل من له صلة بعملية التنمية – هيئة أو فرد– أن يطلع عليها وأن يتدارسها . كما يمكن هنا، أيضا الاستعانة ببيانات البحوث التى قام بها الباحثون الأجانب والتى اجريت من التنمية الريفية فى مصر.

(د) لابد أن تتضمن بحوث الاتصال المناقشات الموضوعية التى يمكن أن تتطلبها حاجة البحث ويقوم بها الباحث، سواء أكانت تلك المناقشات فى مصنع أو فى القرية، أو أى مكان مع أى مسئول أو أى فرد له رأى علمى من الجمهور. وبهذا فانا يمكن أن نوفر خلفية شاملة لبيانات – البحوث.

٥ – تعاون وتفاعل جميع الاجهزة المعنية

لا يجوز أن يقف الأمر على مجرد وجود صلة فيما بين الباحثين بعضهم البعض فى المؤسسات الاعلامية اذ لابد أن تشترك كافة الوزارات واجهزتها المختصة فى الاستفادة من خبراتها وفى تبادل تلك الخبرات فيما بينها وايجاد تعاون مشترك بناء بينها جميعا. فمثلا تستطيع وزارة الزراعة المساهمة مع وزارة

العمل فى ايجاد خطة عمل مشتركة لتشغيل الفنيين فى بحوث الاتصال والتنمية الريفية التى تجريها المؤسسة الاعلامية (التليفزيون مثلا) وبالتالى يمكن لكل جهة من تلك الجهات الثلاث أن تقدم للأخرى خبراتها وتمد لها يد العون والمساعدة عن طريق امكانياتها المتاحة سواء أكان ذلك من ناحية الفنيين أو المواد الفنية (مطبوعات وخلافه..) أو الآلات المستحدثة.. ومن ثم يمكن رسم سياسات طويلة الأجل لبحوث الاتصال عن التنمية الريفية فى مصر بما يمكن معه من أن نصل الى اهدافنا فى التنمية مثل زيادة الرقعة المزرعة وزيادة الانتاج الزراعى رأسيا وأفقيا وتحسينه وزيادة التعليم ومحو الأمية وتنظيم الأسرة.. وذلك بالطبع باستخدام وسائل الاعلام، وهو ما يؤدى الى رفع مستوى معيشة القروى.

هذا وقد اثبتت التجارب الأخيرة أن استخدام وسائل الاعلام بكفاءة فى برامج نشر وتطبيق الأفكار المستحدثة - كتنظيم الأسرة، واستخدام وسائل جديدة فى الرى واستخدام وسائل حديثة فى العلاج واستخدام المخصبات فى الزراعة بما يؤدى الى نجاح تلك الزراعة - من شأنه أن يؤدى الى نجاح تلك البرامج وتحقيقها لأهدافها[1]، وذلك فقط اذا تم تخطيطها تخطيطا مشتركا مع برامج التنمية التى تضعها الجهات الأخرى مثل وزارة الصحة والجهات التابعة لها ووزارة التعليم والجهات التابعة لها.

وبالقياس على هذا نجد انه اذا أعدت رسالة كل وسيلة اعلامية صحف واذاعة وتليفزيون، وسينما ومسرح عن التنمية الريفية منفصلة، أى اذا لم تشترك المؤسسات الاعلامية المختلفة مع بعضها فى وضع خطط موحدة لرسائلها الاعلامية فان ذلك من شأنه أن يؤدى احيانا، الى تضارب وتعارض أهداف تلك الرسائل، والى

(1) M. Benaissa "The Media and Food Production" Inter Media, March 1975, pp. 5 - 6.

- سمير محمد حسين، مرجع سابق، ص ٢٢.

ايجاد التشويش والاختلال فيها من ناحية أخرى مما قد يترتب عليه عدم الثقة فيها ومن ثم عدم امكانية تصديق المتعرض لها. وقد أثبتت التجارب أن التخطيط المشترك من أجل التنمية، هنا، هو أكثر فاعلية، وأكثر تأثير، من مجرد وضع خطط وبرامج منفصلة وغير مشتركة.

٦ - الاستفادة من «رجع الصدي»:

يجب أن تركز الدراسات الميدانية لبحوث الاتصال عن التنمية الريفية على وجه الخصوص على أكثر قدر ممكن من «رجع صدى الجمهور المستهدف سواء أكان ايجابيا أو سلبيا ومع ضرورة اختيار جامعى البيانات على أساس علمى سليم حتى يستطيعوا أن يؤدوا واجباته على أكمل وجه وبامانة وحياد مما ينعكس اثره على نتائج البحوث بما يؤدى الى ثقة الجمهور المستهدف.

ومن ثم فاننا نجد أن بحوث الاتصال لا تساعد فقط فى عملية التنمية وانما تؤدى أيضا الى تقوية برامج التنمية وزيادة فاعليتها عن طريق تقييم «رجع الصدى» والاستفادة منه فى تحقيق الأهداف المرجوة [1] على النحو الذى أشرنا اليه فيما تقدم.

٧ - استخدام الوسائل الفنية:

يجب أن تعتمد بحوث الاتصال عن التنمية الريفية فى مصر فى دراستها على استخدام الوسائل الفنية مثل استخدام طرق المراقبة والتجربة حتى نختبر مدى تفاعل القروى مع وسائل الاعلام.

---

(1) Edwin Parker and Aly Mohammadi "National Development Support Communication", in Majid Teheranian et al (eds) op cit. p. 188.

٨ - استخدام وسائل الاتصال التقليدية والمتطورة:

يجب أن تعطى البحوث قدرا كبيرا من الأهمية الي وسائل الاتصال التقليدية، والتى تم تطويرها، فى الدراسات الميدانية عن التنمية الريفية فى مصر. فمازالت بعض القرى تستخدم بين المجموعات الصغيرة من الأفراد مكبرات الصوت، والتى تطورت الى ما يسمى بالراديو الاسلكى (ووكى توكى) . وهى التى يستعملها فى معظم الأحوال الصحفيون عندما يتصلون بمؤسستهم الصحفية ورجال الشرطة والامن. ذلك أن وسائل الاتصال هذه لها امكانيات قوية فى الاتصال الاقناعى اذا قد يترتب عليها كثيرا وجود حالة من الاتصال وجها لوجه». وهو الذى يترتب عليه «رجع صدى» فورى. ومن ثم فانه يجب أن تأخذ البحوث فى الدراسات التى تقوم بها توافر تلك الوسائل وأثرها فى تبنى الأفكار المستحدثة خاصة وأن بعض وسائل الاتصال الجماهيرية قد لا تساعدنا على ذلك فى بعض الأحيان.

٩- ضرورة تغير اتجاهات البحوث واهتماماتها:

يجب اقتناع المتخصصون بأهمية بحوث الاتصال عن التنمية الريفية فى مصر وبضرورة تغيير أهداف واتجاهات تلك الابحاث وطبقا للأولويات. ذلك أن نظرية التنمية ذاتها قد تغيرت فقد كانت هذه النظرية ترى أن هناك اتجاه واحد للوصول الى التنمية، من الحكومة الى الجمهور، ويسمى التغيير المخطط وفيه يظهر الجمهور على أنه جمهور سلبى على الرغم من انه قد يمتلك مقومات هامة مادية وفكرية يمكن للمخططين الاستفادة منها. ولذلك فقد تغيرت تلك النظرية بعد ما تبينت تلك المقومات للمعنين بالتنمية وعلمائها، وبعد ما زادت امكانيات الانسان المادية والفكرية فى كافة دول العالم، وتبين انه يستطيع المشاركة فى عملية التنمية [١]. وهى مشاركة فعالة فى

---

(1) - UNESCO "Interim Report on Communication Problems in Modern Society", Paris: **International Commission for the Study of Communication Problems,** September 1978, p. 58.

- Ithiel De Sola Pool "Communication Needs for Rural Development" unpublished proposal for the M.I.T. / Cairo University research project, April 1978.

معظم الأحوال). ومن ثم فانه يجب على القائمين على بحوث الاتصال من أجل التنمية الريفية فى مصر مراعاة هذا التغيير خاصة وأن القروى المصرى أصبح الآن يملك الأرض التى يزرعها والثروة الحيوانية التى يقوم بتربيتها وتحسنت حالته المالية وأصبح متفتحا على العالم الخارجى... كما يجب أن تركز تلك البحوث فى دراساتها على دور القروى فى التنمية الريفية وعلى أهمية هذا الدور.

البـــاب الثانى

الدراسة الميدانية

تمهيـــد

يتناول هذا الجزء عرضاً شاملا للموقع الذى أجرينا فيه دراستنا الميدانية وهو قرية قها بمحافظة القليوبية. ففى الفصل الثامن نعرض موقع القرية ومميزاته، وسكانها وخصائصهم وفئاتهم، والأنشطة الاقتصادية والزراعية والصناعية والتجارية السائدة فيه، والوحدات السكنية والتجمعات الصناعية، والعادات والتقاليد والملابس، والخدمات التعليمية والصحية والاجتماعية والثقافية، والنشاط الدينى والإدارى بالقرية، وكذا مدى توافر وسائل الإعلام بها. كما نعرض المنهج الذى استخدمناه فى عملية سحب عينة البحث، ونشرح المنطق الذى دعانا إلى اختيار أسلوبنا فى جمع البيانات وتجهيزها وتحليلها، ونوضح الإجراءات الميدانية التى قمنا بها والبرنامج الزمنى للعمل الميدانى وتدريب الذين كلفناهم بجمع البيانات. كما نعرض كيفية تناولنا لصحيفة الاستبيان التى استخدمناها والمحكات التى اختبرنا بها ثباتها وصدقها، وفى خاتمة هذا الفصل نعرض بعض الخصائص الديموجرافية لعينة البحث.

كما يعرض هذا الباب بيانات البحث الميدانى الذى أجريناه فى قرية قها ويتناولها بالدراسة والتحليل والتقييم بغرض التحقق من دور وسائل الإعلام فى عملية التنمية.

ففى الفصل التاسع نحلل السلوك الإعلامى لأفراد عينة البحث، والدور الذى قد تلعبه وسائل الإعلام فى حياتهم. حيث نعرض البرامج الإعلامية التى يتعرضون لها والتى يفضلونها وأسباب هذه الأفضليات. وفى الحقيقة فإننا نعتبر هذا الفصل بمثابة العمود الفقرى للبحث كله.

وحيث أننا أشرنا من قبل إلى إمكانية وجود دور لوسائل الإعلام فى خدمة التنمية الاجتماعية تسهم من خلاله فى المجالات الثلاثة الرئيسية – الإعلام، واتخاذ القرارات بشأن الأفكار المستحدثة، والتعليم – الضرورية لعملية التنمية القومية، فإننا فى الفصل العاشر نحلل الوظيفة الأولى لوسائل الإعلام، كرادار لجتماعى،

فى خدمة التنمية الاجتماعية. ونحاول تقييم دور وسائل الإعلام فى توسيع افاق الفرد وذلك على جميع المستويات من المستوى المحلى إلى المستوى القومى، وفى تركيز الانتباه على قضايا محددة للتنمية، وفى زيادة طموح الفرد تجاه نفسه وتجاه أولاده.

وفى الفصل الحادى عشر نحاول تقييم دور وسائل الإعلام فى تغيير الاتجاهات الراسخة وتبنى الابتكارات والأفكار الجديدة كأحد متطلبات التنمية القومية. وهى الوظيفة الثانية لوسائل الإعلام فى خدمة التنمية الاجتماعية. وقد اخترنا حملة تنظيم الأسرة ميداناً لتقييم هذه الوظيفة.

والفصل الثانى عشر يتناول بالتحليل فاعلية وسائل الإعلام فى عملية التعليم، وهى الوظيفة الثالثة لها (لوسائل الإعلام) فى خدمة التنمية. وقد أخذنا حملة محو الأمية نموذجاً لتطبيق هذه الوظيفة.

هذا وقد راعينا أن ينتهى كل فصل من الفصول الأربعة السابقة بعرض وتحليل النتائج التى أسفرت عنها الدراسة الميدانية.

الفصل الثامن

معلومـــات عـن قهـا والمنهج

بعد أن استقر رأينا على الجانب النظرى للدراسة بهذا الكتاب، بدأنا التفكير فى الجـانب الميدانى الذى رأينا أن يكون فى إحدى القرى المصرية. وكان لابد أن تتميز القرية بقربها من القاهرة حتى يسهل الوصول إليها. وحرصنا على أن تحظى تلك القرية بقدر من الخدمات والأنشطة الاقتصادية الزراعية والصناعية والتجارية والثقافية وتتميز بوجود المؤسسات الجديدة التى أنشأتها الحكومة، حتى يمكن أن نتبين مدى التغيير الاجتماعى الذى حدث. ومن الضرورى أن تضم تلك القرية بين سكانها الفلاحين والعمال والموظفين وغيرهم من الحرفيين والمهنيين، وبالإضافة إلى ذلك فإننا رغبنا أن تمثل إلى حد كبير القرية المصرية بصفة عامة من ناحية تركيبها السكانى وخصائص أهلها وعاداتهم وتقاليدهم وظروف حياتهم، وأن تتوفر فيها وسائل الإعلام كالصحافة والإذاعة والتليفزيون والسينما.

الملاحظة الذاتية :

وقد وقع اختيارنا المبدئى على قرية قها ميداناً لبحثنا لتوفر هذه العناصر التي أشرنا إليها، ولأنها تتميز عن كثير من القرى الأخرى ذات الطابع الزراعى البحت. ذلك أنها تستخدم التكنولوجيا الحديثة فى كثير من مجالاتها مما يمكن أن نسميها مدينة زراعية.

وحتى نختبر مدى مواءمة نشاط القرية مع دراستنا قمنا ببعض الزيارات الأولية استغرقت أسبوعاً زرنا فيه التجمعات السكنية والمصانع والمدارس والمصالح الحكومية والأسواق وأماكن الحرفيين حيث تحققنا من أن قها قرية نموذجاً لدراستنا.

مصادر المعلومات :

بعد ذلك استقر اختيارنا لقرية قها بدأنا بتجميع المعلومات عنها ، وكانت مصادرنا فى ذلك: بيانات الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء، ولجنة الاتحاد الاشتراكى، والجمعية الزراعية وبيت الثقافة التابع للثقافة الجماهيرية، ونقطة الشرطة، والمسئولون عن المصانع والشركات والمصالح الحكومية، بالإضافة إلى عدد ممن يعبرون من قادة الرأى وذوى النفوذ والقوة بالقرية.

وتجمعت لدينا حصيلة كافية من المعلومات عن الموقع الجغرافى لقها وعن سكانها وبنائها الإدارى وبنائها الاقتصادى والاجتماعى والثقافى والسياسى. وكذلك معلومات عن وسائل الإعلام كالراديو والتليفزيون والصحافة والسينما بها، ثم راجعنا هذه المعلومات على البيانات التى حصلنا عليها من المصادر التى أشرنا إليها من قبل.

التعرف على قرية قها

نتعرض هنا إلى الموقع الجغرافى للقرية وعدد سكانها ومساحتها ونسبة الأمية بها وعاداتها وتقاليدها والنشاط الزراعى بها. (وجميع المعلومات والبيانات فيما بعد هى عن فترة الدراسة وليست حالية) .

الموقع الجغرافي:

تقع قرية قها فى منتصف المسافة بين القاهرة وبنها، أى تبعد عن القاهرة حوالى ٢٥ كيلو متراً ويحدها من الشمال قرى الحسانية والفؤادية وترسة وقرقشنوة ومن الجنوب قرية سنديون ومدينة بنها ومن الشرق قرى سنهرة وخلوة سنهرة ونامول وطنان ومن الغرب قرية سندبيل والبرادعة. وتتميز قها بسهولة الوصول إليها لأنها على خط السكك الحديدية بين القاهرة والوجه البحرى، وعلى الطريق الزراعى السريع بين القاهرة والإسكندرية. ويقف القطار بمحطة قها، فى الاتجاهين ١٢ مرة كل ٢٤ ساعة. كما يوجد بقها طريق لنقل البضائع بالسكة الحديد ولتخزين القطارات. ويتوقف عندها أتوبيس كل ١٥ دقيقة وتمر بها سيارات الأجرة بصفة منتظمة ليلا ونهاراً.

السكان :

بلغ عدد سكان قها طبقاً لتعداد ١٩٤٧ - ٦١٠٧ نسمة زادوا فى حوالى ٢٩ عاماً إلى ١٤٣٧٣ نسمة (طبقاً لتعداد سنة ١٩٧٦) أى بما يقل ٢٣٥٪. وقد كان عدد الإناث أكبر قليلا من عدد الرجال ثم انعكس الوضع ابتداء من عام ١٩٦٠ حتى أصبح عدد الذكور يزيد على عدد الإناث فى عام ١٩٧٦ بمقدار ١١٪ مما قد يدل على أن معدل مواليد الذكور أكبر من الإناث. ويوضح الجدول التالى هذه البيانات(١).

السنة / النوع	١٩٤٧	٦٠	٦٦	١٩٧٦
ذكــور	٣٠١٠	٤٦٩٦	٥٤١١	٧٥٦٣
إنــاث	٣٠٩٧	٤٤٩٠	٤١٦٩	٦٨١٠
إجمالى	٦١٠٧	٩١٨٦	١٠٥٨٠	١٤٣٧٣

وتبلغ المساحة السكنية للقرية ٢٦٥ فدان تقريباً، تضم بالإضافة إلى مبانى الإدارات الحكومية، تسعمائة منزل مكون من شقتين فأكثر، وحوالى أربعمائة منزل من منازل الفلاحين التقليدية الصغيرة.

هذا ولم نلحظ خلال المدة التى قضيناها فى الدراسة بالقرية وجود عادات أو تقاليد مميزة عن القرى الأخرى ولكنها تتشابه مع معظم القرى المصرية فى الاهتمام الزائد بالاحتفال بالمناسبات الدينية، مثل المولد النبوى الشريف، وموالد أولياء الله الصالحين ممن توجد أضرحتهم بالقرية تتضمن هذه الاحتفالات تلاوة القرآن الكريم، وإقامة حلقات الذكر، والإنشاد الدينى، كما تروج تجارة الحلوى فى هذه الفترات. وما

---

(١) الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء، النتائج النهائية لتعداد السكان بالعينــه فى أعوام ١٩٤٧، ١٩٦٠، ١٩٦٦، ١٩٧٦.

زال الطابع الريفى متغلباً على أهالى قها إذ يختلط الترحيب الزائد ومظاهر الكرم بالحذر التقليدى من الغرباء.

والأسر الريفية التى تعمل بالزراعة لا تهتم بالوقت على عكس أسر العمال لارتباط عملهم بورديات ومواعيد محددة.

أما عن الملابس، فيرتدى الفلاحون وبعض النساء الملابس المعتادة فى الريف. ويرتدى الموظفون والعمال وبعض النساء الأخريات ملابس أهل الحضر

والجدير بالذكر أن قرية قها من أقدم القرى التى دخلتها الكهرباء، وأقيم بها مصنع للأغذية المحفوظة. كما أنها تتمتع بمستوى خدمات معقول نسبياً فيما يتعلق بالمياه والمجارى والمرافق الصحية والطرق.

الخدمات والأنشطة

نعرض فيما يلى بعض الخدمات والأنشطة التى تقوم بها الدولة من خلال مؤسساتها الخدمية.

الخدمات التعليمية :

تبين من الاحصائيات عن التعليم أن حوالى ٥٠٪ من سكان قها يمكنهم القراءة والكتابة ومتعلمون: ٣٧.٤٪ يقرأ ويكتب، وحوالى ١٠.٩٪ حاصلون على مؤهلات أقل من عليا، والباقى حاصلون على مؤهلات عليا. أما النصف الآخر من السكان فإنهم أميون. وتتضح تلك البيانات من الجدول التالى:

الجنس	أمـى %		يقرأ ويكتب %		مؤهلات أقل من عليا %		مؤهلات عليا %		الجملة %	
ذكر	١٩٦٢	٣٣.٤	٢٨٩٢	٤٩.٣	٨٨٥	١٥.١	١٢٧	٢.٢	٥٨٦٦	١٠٠
أنثى	٣٥٩٧	٦٩.٧	١٢٤٠	٢٤	٣١٤	٦.١	١٣	٠.٢	٥١٦٤	١٠٠
الجملة	٥٥٥٩	٥٠.٤	٤١٣٢	٣٧.٤	١١٩٩	١٠.٩	١٤٠	١.٣	١١٠٣٠	١٠٠

هذا ويوجد فى قها مدارس إبتدائية تضم ثمانية وسبعين فصلا بها ٣٢٥٨ تلميذاً وتلميذة ويرجع إنشاء أول مدرسة فى قها إلى سنة ١٩٠٠. ومنذ ذلك الحين أنشئت بها مدارس أخرى، هى مدرسة قها فى سنة ١٩٥٣ ومدرسة الوحدة المجمعة فى سنة ١٩٥٦ ومدرسة قها الجديدة فى سنة ١٩٧١. علاوة على ذلك فإن فى قها مدرسة إعدادية تضم ٧٦٥ تلميذا وتلميذة، كما يوجد فى المدرسة الإعدادية أيضاً عدداً من الفصول الثانوية التى أنشئت بالجهود الذاتية فى سنة ١٩٧٢ تضم ٣٠٣ تلميذوتلميذة.

الخدمات الصحية:

يوجد داخل نطاق قرية قها مستشفى ملحقة بالوحدة الصحية التى أنشئت ١٩٥٤ وتضم المستشفى ٣٠ سرير وغرفتين للعمليات الجراحية البسيطة. وبها عيادة أسنان. كما أن هناك ثلاث عيادات طبية خاصة وصيدلية مفتوحة حتى الساعة العاشرةمساء.

الخدمات البيطرية:

أنشئت الوحدة البيطرية سنة ١٩٥٦ ضمن مشروع رعاية الحيوان، وهى تقوم بعدة خدمات من أهمها مقاومة حمى النبج ومعالجة العقم وتحصين الحيوانات ضد الأمراض المختلفة. ولا توجد بالوحدة غرفة لإجراء الجراحة على الحيوانات ولكنها تتم فى العراء.

الخدمات الاجتماعية :

يوجد قرية قها وحدة للشئون الاجتماعية، ملحقة بالوحدة المجمعة، تقدم كثيراً من الخدمات الاجتماعية للمنطقة، وقد أنشئت هذه الوحدة فى سنة ١٩٥٤. ويوجد بها دار للحضانة تضم ٣٩ طفلا، ومركز لتنظيم الأسرة، ومركز للتدريب المهنى، وهناك أيضاً مشروع للأسر المنتجة وتقدم الوحدة مساعدات مالية لأسر المقاتلين كما تقوم بصرف المعاشات الشهرية وتوزيع الأقمشة ومواد التموين.

الخدمات الثقافية :

أنشأت الثقافة الجماهيرية فى سنة ١٩٧٠ بيتاً للثقافة فى القرية، يقدم كل أنشطة الثقافة الجماهيرية مثل العروض المسرحية والسينمائية والندوات والمحاضرات ومعارض الفنون التشكيلية وفصول محو الأمية إلى جانب المكتبة، كما أن هناك دار للعرض السينمائى ١٦ مم يديرها بيت الثقافة وعلاوة على ذلك فإن قوافل الثقافة تمر بقها مر كل شهر وتقدم بعضا من الخدمات الثقافية المذكورة.

الخدمات الزراعية:

يوجد فى قرية قها عدة وحدات تقدم الخدمات الزراعية وهى الجمعية التعاونية الزراعية لقها شرق التى أنشئت فى سنة ١٩٥٢، والجمعية التعاونية الزراعية لقها غرب والتى أنشئت فى تلك السنة أيضا. وشونة بنك التسليف وقد أنشئت منذ فترة طويلة ووحدة مكافحة الآفات الزراعية، ومنحل مقام فى الوحدة المجمعة وجمعية الائتمان التى افتتحت عام ١٩٥٤ وجمعية الإصلاح التى افتتحت

عام ١٩٦٦ . كما تعمل فى مجالات المبيدات الحشرية والمخصبات ومحسنات التربة شركتان للأبحاث هما شركة سيبا وباير.

الخدمات التموينية :

توجد فى قرية قها عدداً من الخدمات التموينية منها نقطة لذبح المواشى ومجمع إستهلاكى أفتتح عام ١٩٧٠ ويخدم ثمان قرى.

خدمات المرافق والأمن:

وتتضمن هذه الخدمات المجالات التالية:

الاسكان : تم إنشاء عمارتين للإسكان المتوسط غرب القرية بهما أربعين شقة تم إسكانها، وجارى الانتهاء من بناء عمارة سكنية ثالثة. وقد قام مجلس القرية بعمل مشروع لتقسيم الأراضى وبيعها بأسعار زهيدة مما كان له أكبر الأثر فى تنشيط عمليات البناء والتشييد.

الكهرباء والماء : وفى القرية محطة كهرباء (قبا) أنشئت فى سنة ١٩٣٤ وكانت هذه المحطة تمد التيار الكهربائى إلى مدن طوخ وشبين القناطر والقناطر الخيرية قبل حصولها على التيار الكهربائى من شكبة الضغط العالى. وهذه المحطة تعمل فى حالة انقطاع التيار الوارد من المحولات. كما يوجد بقرية قها محطة محولات تستمد التيار الكهربائى من شبكة الضغط العالى لكهرباء السد العالى وتوصله إلى شبكة القرية. كذلك يوجد بالقرية محطة مياه الشرب النقية. ويبلغ عدد المشتركين فى الكهرباء حوالى ٢٤٠٠ مشترك، كما أن حوالى ٩٠٪ من المنازل موصل بها مياه.

الأمن : لا يوجد بالقرية نظام للعمودية، وإنما بها نقطة شرطة منذ سنة ١٩٣٤. كما أنشىء مكتب للسجل المدنى فى سنة ١٩٧٢. ويرأس النقطة ضابط برتبة رائد.

رعاية الشباب : وفى القرية نادي للشباب أنشىء عام ١٩٥٩، وقد بلغت حجم العضوية فيه فى عام ١٩٧٨ (٤٧٨) عضو. وتمارس فيه معظم الألعاب الشعبية المصرية. وقد فاز النادى ببطولة الاتحاد العام للأندية الريفية لخمس سنوات.

النشاط الدينى :

يوجد بالقرية ست مساجد، منها مسجدان حكوميان وأربع مساجد بالجهود الذاتية. وفى عام ١٩٦٨ أنشئت جميعة لتحفيظ القرآن الكريم. كما توجد بالقرية كنيسة الشهيد مارجرجس، وهى كنيسة أثرية كبيرة.

النشاط الاقتصادى فى القرية

تضم قرية قها عدداً من الأنشطة الاقتصادية الصناعية والزراعية والتجارية بعضها تقوم به الدولة وبعضها يقوم به الأهالى وذلك على النحو التالى:

النشاط الصناعي :

الصناعات الغذائية : وتقوم بها شركة قها للصناعات الغذائية وهى تضم مصانع قها وأبو كبير والتحرير والطابية، كما تضم مصانع تعليب البلح فى القرين ورشيد والبدرشين.

وقد أنشئ مصنع قها فى سنة ١٩٤٠ على أرض مساحتها فدانين برأسمال قدره ثلاثمائة ألف جنيه، وصل حاليا إلى أكثر من مليونين ونصف مليون جنيه. وبلغ عدد العمال المستديمين بالمصنع حتى عام ١٩٧٦ حوالى ٥٢٠ منهم ٣٨٠ عاملا، ١٤٠ عاملة. ويقوم المصنع بتشغيل عدداً من العمال الموسميين يتراوح بين مائة ومائتين أو أكثر حسب حاجة العمل.

ويقدم المصنع للعمال الخدمات التالية:

١ – نظام العلاج الطبى من خلال قسم الرعاية الصحية الذى يضم أطباء معينين بالشركة، إلى جانب عدداً من الاخصائيين فى مختلف الفروع (متعاقدين مع

الشركة). والخدمة الطبية تكلف الشركة أكثر من ٢٠٠٠ جنيه شهرياً وتقدم للعاملين مجانا.

٢- يوجد بالمصنع نادى رياضى، ولجنة نقابية، ولجنة رياضية يقوم المصنع من خلالها بتنظيم رحلات للعمال إلى المصايف نظير اشتراكات رمزية.

٣ - قام المصنع بتنظيم دورات لمحو الأمية للعاملين ابتداء من سنة ١٩٦٧ وهى لازالت مستمرة حتى الآن.

ومن الجدير بالذكر أن الشركة تبني مصنعا جديداً غرب قها على مساحة قدرها عشرون فدانا من المنتظر أن يستخدم حوالى ألف عامل.

الصناعات الكيماوية الحربية والدهنية :وتقوم بها شركة قها للصناعات الحربية. وقد بدأ العمل فى هذا المصنع فى عام ١٩٥٨ حيث كان جزءا من مصنع (٢٧) الحربى بشبرا، ثم استقل وأصبح شركة قائمة بذاتها. وهى مقامة على أرض مساحتها حوالى ثلاثين فدانا تضم وحدات سكنية تقطنها أكثر من ٤٣ أسرة، ونادى للعاملين، وجمعية استهلاكية ونادى للأطفال أنشأته الثقافة الجماهيرية، والمرافق مستكملة فى هذه الوحدات السكنية. ويزيد عدد العاملين بالمصنع على ١٢٠٠ منهم ٤٠٠ عاملة. وعدد ساعات العمل الأسبوعية ٤٥ ساعة موزعة على خمس أيام، ويوما الخميس والجمعة أجازة أسبوعية وفى حالة الضرورة تعمل ورديات إضافية ويستمر العمل عادة يوم الخميس بأجور إضافية.

ويقدم المصنع للعمال الخدمات التالية:

١ - المواصلات المجانية بأتوبيسات الشركة من المصنع إلى تجمعات السكن ذهابا وإيابا.

٢ - وجبة غذاء يومية مجانية تكلف الشركة أكثر من ١٢٠ مليما للفرد تقريبا.

٣- $\frac{1}{2}$ كيلو لبن يومى تصرف مجانا لكل عامل ببعض فروع المصنع لوقايتهم من الأمراض التى قد تنشأ نتيجة نوعية العمل فى هذه الفروع.

٤ – العلاج الطبي المجاني.

٥ – مصاريف ورحلات باشتراكات رمزية للعمال وأسرهم.

٦ – فصل لمحو الأمية.

انتاج الدواجن : يوجد بالقرية ثلاث محطات لتربية الدواجن وإنتاج البيض، المحطة الأولى هي محطة دواجن رقم ١ قها وأقيمت في سنة ١٩٥٦ وتضم أكثر من ٣٠٠ عامل وموظف أما المحطة الثانية فهي محطة دواجن ٢ قها وأقيمت في سنة ١٩٧٣، وتضم ما يزيد على ٢٠٠ عامل وموظف. والمحطقة الثالثة هي محطة دواجن ٣ قها وأقيمت في سنة ١٩٧٣ أيضا وتضم كذلك أكثر من ٢٠٠ عامل وموظف.

والمحطات الثلاث تمون أهالي قرية قها ومحافظة القليوبية بالبيض والدجاج والأمهات.

صناعة التريكو : تنتشر صناعة التريكو في قها إذ يوجد بها حوالي ١٥٠ مصنع تضم ما يربو على ٢٣٠ ماكينة يعمل عليها أكثر من ٥٠٠ عامل وعاملة، وتصدر قها نسبة كبيرة من إنتاجها إلى البلاد الأخرى.

النشاط الزراعي :

تبلغ مساحة الأرض المزروعة في قها حوالي ٢٠٩٥ فدان. وهي مقسمة إلى حيازات، معظمها صغيرة، يمتلكها حوالي ١٠٤٠ فرد. وتوضح البيانات الإحصائية عن قها أن حوالي ٦٢٪ من مجموع الملاك حائزون على أقل من فدان بما هو مجموعة ٥٨٨ فدان، وأن حوالي ٣١٪ حائزون على فدان أو أقل من ثلاث أفدنة ويبلغ ما يمتلكونه ٨٦٠ فدان، وأن حوالي ٣٪ حائزون بين ثلاثة وخمسة أفدنة ويبلغ ما يمتلكونه ١٢٩، وأن ٤٪ حائزون لأكثر من خمسة أفدنة ويبلغ ما يمتلكونه ٥١٨ فدان.

هذا ويعمل في الزراعة – إلى جانب ملاك الأرض – الأجراء الزراعيون ويصل عددهم إلى حوالي ١٠٠ أجير زراعي وأكثر أحياناً. وتستخدم في الزراعة أدوات ميكانيكية مثل المحرات والات الرش. ويعتبر القمح والقطن والخضروات

الشتوية أهم المحاصيل الزراعية حيث تبلغ المساحات المزروعة من كل منها ٦٨٥، ٥٧٠، ٣٨٠ فدان على التوالى.

النشاط التجاري:

ولوجود النشاط الصناعى بالتنوع وبالأحجام المشار إليها أثر كبير فى اتساع النشاط التجارى فى قها، حيث تمارس فيها مختلف الحرف والمهن التجارية مثل أعمال البقالة وتجارة الحبوب والجزارة، فضلا عن وجود نشاط ملحوظ للحرفيين كالعاملين فى السباكة والنجارة، وتفصيل الثياب وغيرها من الحرف. مع ملاحظة قلة عدد المطاعم فى قها. هذا ويخدم النشاط التجارى فى قها عشر سيارات نقل كبيرة، ١٢ سيارة أجرة يمتلكها الأهالى.

البنـــاء السياســـى

المجلس المحلي:

يوجد فى قها مجلس محلى يخدم قها وحدها. ويشكل المجلس من ١٦ عضو جميعهم من المتعلمين ومن المشتغلين فى مجالات متعددة كالهندسة والتجارة والزراعة.

لجنة الحزب الوطني:

تعتبر لجنة الحزب الوطنى الديمقراطى هى اللجنة الحزبية الوحيدة فى قها إذ لا توجد أى لجان حزبية أخرى، مما يمكن أن نستنتج معه أن الميول الساسية لأهل قها ميول واحدة وأن تأييدهم للسيد رئيس الجمهورية ورئيس الحزب وللحزب الحاكم تأييد مطلق.

وســـائل الاتصـــال

وسائل الاعلام

الصحف :

يرد يوميا إلى قها ٢٠٠ نسخة من جريدة الأخبار، ١٠٠ نسخة من جريدة الأهرام، ٥٠ نسخة من جريدة الجمهورية وعددا من المجلات السياسية والاجتماعية

والدينية والرياضية الأسبوعية والشهرية. وتتولى سيدة عملية بيع الصحف، ويبلغ متوسط نسبة الوزيع حوالى ١٠٠٪ أخبار، ٧٠٪ أهرام، ٥٠٪ جمهورية.

الراديو :

يمكن القول أن معظم الأسر فى قها - إن لم يكن جميعها - تمتلك أجهزة راديو. ويميل سكان قها، أحيانا، إلى الاستماع الجماعى للراديو، ولوسائل الاتصال الأخرى فى المقاهى وفى أماكن التسلية.

وقد تبين من الملاحظة وما أفاد به الاخباريون وغيرهم، أن معظم سكان قها يستمعون إلى الراديو بدرجات متفاوتة.

التليفزيون :

نظراً لارتفاع تكلفة اقتناء التليفزيون - نتيجة لارتفاع ثمنه وزيادة استهلاكه الكهرباء - بالإضافة إلى وجود نسبة عالية من الأفراد من نوى الدخل المحدود، فإنه يلاحظ الانخفاض النسبى لملكية التليفزيون بالمقارنة لملكية الراديو، وهو ما أفادنى به الاخباريون أيضاً. غير أن هذه الخاصية لا تؤثر كثيرا على مدى تعرض سكان قها للتليفزيون. فهم يشاهدونه بين أصدقائهم وجيرانهم وفى المقاهى. ويتعرضون له بدرجات متفاوتة تبعا لعوامل مختلفة.

السينما :

أنشأ القطاع الخاص أول دار للسينما فى قها فى عام ١٩٥٣ ثم أنشأت الدولة - عن طريق مؤسسة السينما - دارا فى عام ١٩٦٣ استمرت فى العمل إلى وقتنا الحالى وتشرف عليها الثقافة الجماهيرية. وتتسع الدار لأكثر من ٢٠٠ شخص ويتردد عليها يوميا حوالى ٧٠شخص معظمهم من أهالى قها. ويفضل الأهالى مشاهدة أفلام المغامرات والأفلام الإجتماعية.

وسائل اتصال أخرى

الميكروفون:

يستخدم الميكروفون، عادة، بواسطة المؤسسات الخدمية الموجودة فى قها، مثل المساجد والمدارس، وذلك لإبلاغ الأهالى بالأخبار الهامة مثل مواعيد توزيع الكيماوى والعلف أو المواد التموينية.

وهذه الميكروفونات مصنوعة من عدة سنوات بأسلوب قديم وليست ميكروفونات حديثة الصنع.

أجهزة التسجيل:

تبين من بعض الدراسات التى أجريت على قها أن هناك أكثر من ٢٠٠٠ شخص يمتلكون أجهزة تسجيل، ومعظم هؤلاء من ذوى الدخل المرتفع.

أدوات اتصال فلكورية:

يوجد فى قها ١٩ منشد وشاعر على ربابة منهم ٦ من أهل قها والباقى من خارجها . وعادة فإن هؤلاء المنشدون والشعراء يشتركون فى إحياء الموالد والأفراح.

الادوات السلكية واللاسلكية

تعتبر هذه الوسائل أدوات اتصال مباشر لها رجع صدى، أو لها رجع موجل، ولكنه لا يترتب على استخدامها أن يتم اتصال وجها لوجه نظرا لأنها تعترض الطريق بين المرسل والمستقبل.

ادوات اتصال ذات رجع صدي:

التليفون : يوجد فى قها مكتب رئيسي واحد التليفون وهو مكتب حكومى، وقد تم توصيل خطوط فرعية من هذا التليفون إلى المؤسسات الخدمية الحكومية وإلى الأهالى (٣٢خط، ٥٦ خط على التوالى). وهذه التليفونات تعمل بنظام التحويلة الفرعية (السويتش). معنى ذلك أن أى اتصال من التليفونات الفرعية إلى داخل قها،

أو إلى خارجها، لابد أن يتم أولا من التليفون الرئيسى ومنه إلى التليفون المطلوب، وهو ما يقلل بالطبع من سرعة الاتصال ويضعف من فاعلية هذه الوسيلة.

أدوات اتصال لها رد مؤجل نسبيا:

التلغراف: يعمل التغراف فى قها مع التليفون بنظام مشترك واحد ومن خلال نفس مكتب التليفون الحكومى. ومعنى ذلك أنه إذا تعطل التليفون تعطل معه التلغراف.

مكتب البريد: يوجد فى قها مكتب واحد للبريد يعمل منذ حوالى ٤٠ سنة. ويقوم المكتب ببيع الطوابع والدمغات وتصدير الخطابات العادية والمسجلة والطرود واستلامها وتوزيعها. كما يوجد فى قها ٤ صناديق للبريد.

هذا ومن المعلوم أنه من ناحية سرعة رجع الصدى فإن التليفون يأتى فى المرتبة الأولى يليه التلغراف ثم البريد.

وسائل الانتقال المـادى

تمر بقها مختلف وسائل الانتقال المادى المتعارف عليها مثل القطارات والسيارات، العامة والخاصة والأجرة، والدراجات البخارية والعادية والعربات التى تجرها دواب (الكارو) ودواب الركوب. كما أن معظم تلك الوسائل تستخدم داخل قها.

هذا ويمتلك بعض الأهالى فى قها السيارات الخاصة والدراجات البخارية والعادية ويستخدمونها فى قضاء أعمالهم ومصالحهم. كما أن معظم الأهالى يمتلكون دواب الركوب ونسبة منهم تمتلك إلى جانب دواب الركوب عربات «الكارو» لنقل البضائع والعلف وخلافه.

تحويل قرية قها إلى مدينة

نظراً لازدياد عدد السكان فى قرية قها، وتوفر معظم المرافق والخدمات بها، ولوجود المصانع ذات التجمعات العمالية الكبيرة والإنتاج الضخم (نسبيا)، فإنه لم تعد إمكانيات المجلس القروى قادرة على مواجهة الخدمات والأنشطة المتزايدة فى

قها مما رؤى معه أن يتم تغيير تنظيمها الإدارى من قرية إلى مدينة وصدر لذلك القرار الجمهورى رقم ١٩٥ لسنة ١٩٧٥ . (ملحق رقم ١ وملحق رقم ٢).

ويتضح من كل ما تقدم مدى ما تتميز به قها عن غيرها من القرى، فى النشاط الاقتصادى متمثلا فى الزراعة والصناعة وهو ما أدى إلى ازدهار نسبى للنشاط التجارى، بما يضمه من منتجات وأماكن للحرفيين. كما تميزت قها بما تقدمه لمواطنيها، من فلاحين وعمال تضمهم التجمعات الصناعية، من خدمات، تعليمية وصحية واجتماعية، ومن نشاط ثقافى تقدمه الثقافة الجماهيرية من عروض مسرحية وسينمائية وندوات ومحاضرات. كما تميزت قها أيضاً بأن تعدادها السكانى كبير، نسبيا، مما حدا بالحكومة، ضمن أسباب أخرى، إلى أن تحول تنظيمها الإدارى من قرية إلى مدينة.

ومن كل ما سبق ونظراً لتوفر وسائل الأعلام (إلى درجة معينة) لسكان قرية قها، يمكن القول أن هذه القرية هى خير نموذج يمكن أن نجرى فيه بحثنا الميدانى ذلك أنها تعتبر مدينة زراعية تتسم بسمات كثيرة من سمات المدن الكبيرة.

منهــج الدراســة الميدانيــة

أصبحت كلمة الميثودولوچيا (علم المنهج)، منذ أوائل الخمسينات، مفتاح لغة العلوم الاجتماعية (١) . ويعرف كابلان Kaplan الميثودولوچيا بأنها دراسة المناهج ووصفها واستكشافها وتبريرها ولكنها ليست هى المناهج نفسها(٢). وذلك يعنى أن الميثودولوچيا تهدف إلى وصف وتحليل المناهج والإشارة إلى حدودها وإلقاء الضوء على إمكانياتها.

ويرى هولت Holt وتيرنر Turner أن ميثودولوچيا أى علم تتضمن وجهين، القواعد التى يستخدمها فى التفسيرات، والمعايير التى يستخدمها فى الشرح المقبول (٣)، وبناء على هذين المكونين، يمكن أن نستمد بعض الجوانب مثل تصميمات البحوث وأساليب جمع البيانات وتجهيزها.

ولا يختلف هذان التعريفان، للميثودولوچيا كثيراً، إذ أن أحدهما يركز على جانبى الوصف والشرح للمنهج، ويصور الاخر وسيلة وصفه وشرحه. ويتفق هذا التفسير وأغراض دراستنا فى هذا الكتاب.

وسنتعرض فى هذا الفصل إلى وصف المنهج الذى استخدمناه فى عملية سحب عينة الدراسة الميدانية، كما سنصف بعض الخصائص الديموجرافية الهامة للسكان الذين إخترنا منهم العينة. أما شرح المنطق الذى دعانا إلى اختيار أسلوب جمع البيانات، وهو أسلوب المقابلة الشخصية (الاستجواب)، فسوف نذكره عندما نتعرض إلى البرنامج الزمنى للمقابلات وتدريب جامعى البيانات والاجراءات

---

(1) Robert Holt and John Turner, The Methodology of Comparative Research, New York: The Free Press, 1970.

(2) Abraham Kaplan, The Conduct of Inquiry : Methodology for Behavioral Sciences, San Francisco, California: Chandler Publishing Co., 1964.

(3) Holt and Turner, 1970, op. cit., Ch, 1pp. 1-20.

الميدانية. ثم يتبع ذلك عرض سريع للتصميم الأولى لصحيفة الاستبيان التى تصور المجموعات المختلفة للأسئلة وتشرح دلالة كل مجموعة .

عملية سحب العينة

طالما كان غرض دراسة عينة ما هو الوصول إلى بيانات معينة يمكن اتخاذها كأساس للوصول إلى استنتاجات عامة، فإن القرار الخاص بحجم العينة وإطارها يجب أن يتخذه الباحث طبقاً للغرض الذى حدده لدراسته. ذلك أنه توجد مناهج كثيرة لسحب العينة، كما توجد أنواع عديدة من العينات (١).

وقد استخدمنا العينة العشوائية فى دراستنا هنا، وذلك بالرغم من أن استخدام هذه الطريقة لا يؤدى بالضرورة إلى أن يكون لجميع الناس فرص متساوية لكي يدخلوا ضمن العينة. فالعينة العشوائية يمكن أن تعنى أن كل عضو فى المجتمع له فرصة مساوية للآخر لأن يكون ضمن العينة أو أن يكون معلوما ما هى فرصة العضو ليكون ضمن العينة (٢).

ومع ذلك، وبالرغم من الحذر فى إجراءات سحب العينة العشوائية إلا أنه مع ذلك فمن الصعب ضمان عشوائيتها. وكما يقول كيرلنجر Kerlinger كيف نتأكد من أن العينة العشوائية ممثلة للمجتمع؟ إن الإجابة دائما إننا لا نستطيع أن نتأكد من ذلك أبداً (٣).

---

(1) - A.N. Oppenheim, **Questionnaire Design and Attitude Measurement**, New York: Basic Books, Inc. 1966.
- Kaplan, 1964 op. cit.,
- Morris James Slonin, **Sampling**, New York, Simon Schuster, 1960.

(2) - Julian L. Simon, **Basic Research Methods in Social Science, The Art of Empirical Investigation**, New York, Random House, 1969, pp. 251-260.
- Slonin, 1960 op. cit., VIII, K pp. 49 - 57.

(3) Fred N. Kerlinger, **Foundation of Behavioral Research**, Holt, Rinehart and Winstion, 1964, p. 531.

ولقد كان أول ما نسأل، عن العينة، هو: من الذى نستجوبه وكيف نسحب عينتنا العشوائية.

هذا وقد لاحظنا أن قريتنا، التى نجرى فيها المسح، على عكس بعض قرى أخرى، فى أن لها خريطة رسمية خاصة بها وحدها. ومع ذلك، وكما أشرنا، كان من الضرورى أن نزورها وأن نختبر مواقع مجموعات المساكن والأحياء السكنية فيها.

هذا وقد جمعنا بيانات هذه الدراسة فى بحث أجرى خلال شتاء عام ١٩٧٤. واعتمدنا فى المسح على البيانات الرسمية للقرية فى عام ١٩٧٤، وعلى المعاينة على الطبيعة لمنطقة الدراسة كما اعتمدنا أيضاً على الإحصاءات الرسمية لسنة ١٩٦٦. وتضمنت هذه البيانات عدد الوحدات السكنية بالقرية وعدد السكان وإجمالى عدد الأسر. وأوضحت أن عدد الذكور يبلغ ٥٤١١ نسمة وعدد الإناث يبلغ ٥١٦٩ نسمة وإجمالى عدد السكان ١٠٥٨٠ نسمة، وأن عدد الوحدات السكنية بلغ ١٩١٩ وحدة تضم عدد ٢٢٢٩ أسرة [1]. هذا وطبقاً للاحصاءات الأخيرة (١٩٧٦) فإن هذه الأعداد هى ٧٥٦٣، ٦٨١٠، ١٤٣٧٣ نسمة على التوالى.

والوحدة السكنية قد تكون منزلا أو شقة أو مجموعة من الحجرات أو حجرة واحدة، وبكلمات أخرى فإن الوحدة السكنية هى أى منطقة للسكن لها مدخل خاص وإمكانيات للطهى منفصلة عن غيرها.

هذا وقد رأينا أن نعتبر الوحدات السكنية - كأسر - هى عينة الدراسة. أى أننا لم نأخذ الفرد - بذاته - وإنما أخذنا الأسرة فى الوحدة السكنية نفسها، وذلك لعدد من الأسباب منها عامل التكلفة فى الدراسة الميدانية. فهدفنا من جمع البيانات هو أن تكون ممثلة لاتجاهات مجتمع قرية قها كله. فاذا أرسلنا جامعى البيانات إلى أفراد السكان المنتشرين على طول مجتمع القرية - أى إذا أخذنا الأفراد وليس

---

(١) الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء، المصدر السابق، ١٩٧٤، ص ١١٦.

الوحدات السكنية كأساس - فإن تكلفة ذلك البحث تكون أعلى من التكلفة فى حالتنا هذه. ولذلك كانت رغبتنا أن نجمع البيانات عن أفراد العينة بطريقة أخرى وقد كان ذلك عن طريق استخدامنا لبيانات الوحدات السكنية كأساس.

واعتبار الوحدات السكنية (الأسر) بديلا عن الأفراد كأساس فى اختيارنا للعينة لا يجعل البيانات الى حصلنا عليها مشوبة بعيب التحيز. فطالما أننا نحصل على البيانات من شخص واحد فقط من كل أسرة، وأن للشخص الذى نستجوبه فرصة معروفة فى الدخول ضمن العينة، فان النتائج التى نحصل عليها من بياناتنا تعد كما لو أننا حصلنا عليها نتيجة استجواب كل أفراد المجتمع محل البحث (١). وهذه الوحدة السكنية ليست هى الغاية بل أنها استخدمت كوسيلة لتحديد مواقع أفراد العينة.

وقبل أن نبدأ فى اتخاذ إجراءات عملية سحب عينة البحث، فإنه من الطبيعى أن نقوم باستشارة مجموعة من المصادر ذات العلاقة مع السكان وعلى دراية بخصائصهم وعاداتهم. وهذه المسألة كانت صعبة فى حالة دراستنا بقرية قها، وذلك بسبب ما حدث فى السنوات الأخيرة. فبعد أن أجرى التعداد الأخير غادر الكثيرون قرية قها، ثم عادوا إليها عندما بدأت الصناعة فيها مما جعل أمر تصنيف نوعيات هؤلاء السكان صعبا للغاية. وكان السبب الآخر عدم كفاية المعلومات عن بيانات الوحدات السكنية نتيجة هذا التغيير الذى حدث فيها. ولذلك كان علينا أن نعتمد فى حصولنا على بعض المعلومات المطلوبة من أمانة الحكم المحلى فى القاهرة ومن محافظة القليوبية ومن السجل المدنى والمجلس المحلى والجمعية الزراعية وبيت الثقافة فى قها ومن كشوف الناخبين فى وزارة الداخلية. هذا ويمكن القول أن فى قرية قها قطاعان رئيسيان، القطاع الريفى وبه تتجمع البيوت، وهى مبنية من الطين، فى مجموعات، والقطاع الحضرى وبه بيوت مكونة من شقق وأيضا الوحدات السكنية التى شيدتها مصانع قها لعمالها والمبانى المعتادة التى يسكنها موظفو الحكومة.

(1) Charles Backstrom, Gerald Hursh, Survey Research, New York: Northwestern University Press, 1971, p. 35.

وعلى هذا الاساس اختيرت عينة الدراسة، وهى عينة عشوائية كما ذكرنا، من أرباب الأسر التى يبلغ عددها ٢٢٢٩ أسرة. وقد اخترنا فى البداية أسرة من كل ثمان أسر. وبالتالى فإن العينة العشوائية البسيطة قد تكونت بنسبة ١٢٪ تقريبا من أسر القرية.

ولتبسيط عملية سحب العينة فى الميدان، ولسهولة المراجعة اتفقنا على اعتبار الرقم ١٠ بداية لسحب أسر العينة. وبذلك تكون الأسر التى أخذت فى العينة هى التى تحمل أرقام ١٠-١٨-٢٦-٣٤-٤٢... وهكذا حتى آخر قائمة إعداد الأسر والتى رجعنا إليها فى سجلات حصر المبانى والأسر الخاصة بكل منطقة.

وعلى هذا أصبح لدينا عدد ٢٧٨ من أرباب الأسر. وبعد ذلك استبعدنا منهم ٢٩ رب أسرة لأنهم لم يحققوا المقومات الموضوعة للثبات والصدق. وبالتالى فإن عدد أفراد عينة البحث بلغ فى النهاية ٢٤٩ شخص بنسبة ١١٪ تقريبا من مجموع أسر القرية، وهى نسبة لا بأس بها فى تمثيلها مجموع الأسر.

هذا وقد تبين لنا أن الاتصال بأفراد العينة أثناء وجودهم فى العمل مسألة صعبة للغاية ولذلك فقد تمت مقابلتهم بعد انتهاء العمل. وحينما كان يتعذر علينا تماما لقاء أحد أفراد العينة الأساسية، كنا نختار الرقم التالى له مباشرة. وحدث ذلك فى ثلاث حالات فقط.

الاجـراءات الميـدانيـة

لقد اخترنا أسلوب المقابلة الشخصية كوسيلة لجمع البيانات لسببين، أولا لزيادة احتمال حصولنا على معلومات أكثر دقة من نسبة عالية من أفراد العينة، حيث أن المقابلة الشخصية هى الأسلوب الأفضل من غيره فى هذا الصدد. وثانيا لأن جامع البيانات يستطيع خلال الاستجواب أن يجمع مادة إضافية علاوة على المادة التى تجرى عليها الدراسة، وقد تكون تلك المادة من المدخلات الإضافية للتحليل فيما بعد.

وتقابلنا هنا مشكلة تتعلق بتأثير جامعى البيانات على أفراد العينة وهو تأثير محتمل الوقوع. هذا ويصعب القول، فى رأينا، بوجود حل مؤكد لتلك المشكلة. على أنه من المفترض فيه أن الدقة فى اختيارهم وتدريبهم تقلل من حجم هذه المشكلة إلى الحد المقبول.

والتجارب الميدانية ميزة وهى أنها تعطى قدرا من التوضيح والفهم العميق للتأثيرات الاجتماعية المعقدة والعمليات والتغييرات فى مجتمع الدراسة. كذلك فهى تمكن الباحث من دراسة ديناميكيات الجماعات وتفاعلاتها.

هذا وقد تم اختبار صحة الإجابات التى أدلى بها بعض الذين أجرى عليهم البحث وذلك عن طريق مراقبة الكيفية التى يجيبون بها أثناء المقابلة، هذا ويمكن القول أن إجابات هؤلاء صحيحة ويمكن الاعتماد عليها.

وبعد أن سحبنا العينة وأعددنا البرنامج الزمنى للمقابلات، وهو كما ذكرنا اختيار المواعيد المناسبة لتواجد أرباب الأسر فى بيوتهم، كانت الخطوة التالية هى اختيار وتدريب جامعى البيانات. وقد اخترنا أربعة أفراد من الثقافة الجماهيرية للقيام بهذا العمل وعقدنا لهم فترتين للدراسة الأولية للفكرة، ولمعرفة مفاهيم الاستقصاء، وأنواع الأسئلة التى ستطرح على أفراد العينة، والهدف المراد الوصول إليه. وقد تم اختيار هؤلاء الأربعة على أساس خبرتهم فى القيام بالمقابلة فى بحوث مماثلة.

كذلك اخترنا اثنين من المرشدين من أهل القرية ليعملوا كمسئولى اتصال بين أهل القرية وبين جامعى البيانات. والمرشد هو شخص قادر على الحديث مع الناس والعمل معهم وإقناعهم بأهمية البحث (١)، كما أنه من المفترض فيه أنه يعرف كل أو معظم مشكلات القرية.

هذا وقد عمل جامعو البيانات تحت إشرافنا مباشرة حيث كنا نحدد لهم الحالات التى يقابلونها فى بداية اليوم، ونقوم بعقد اجتماع لهم فى نهاية البرنامج الزمنى للمقابلات.

---

(١) وهو من هذه الزاوية قد يعتبر قائد رأى.

ولتسهيل عملية المقابلة، زودنا جامعي البيانات ببطاقة تقديم مناسبة تظهر شخصيته ودوره بالنسبة للذين يجرى عليهم البحث.

وقد تم اختيار بعض العناصر النسائية ضمن جامعي البيانات مراعاة لتقاليد القرية وحتى يمكن استيفاء جانب الاستبيان، فى عينة البحث، المتعلق بربات البيوت.

هذا ومع كل الإجراءات السابقة، فقد واجه جامعو البيانات بعض الصعوبات فى إقناع بعض أفراد العينة المترددين فى استيفاء صحيفة الإستبيان بسبب الخوف التقليدى فى القرية من الحكومة ومن إعطاء بيانات إلى من يعتقدون أنهم تابعون للأجهزة الحكومية. ولكن أمكن اكتساب ثقة هؤلاء سريعا بفضل الجهد الذى بذلناه معهم بمساعدة العاملين ببيت الثقافة والمرشدين بحكم معايشتهم لجماهير القرية ومشاركتهم إياهم الأنشطة الثقافية ومحو الأمية والعروض السينمائية.

وسواء كان من يجرى عليه البحث من الذين يعرفون القراءة والكتابة فاستوفى بنفسه صحيفة الاستبيان، أو قام جامعو البيانات بتسجيل إجابات الأميين من أفراد العينة، فقد كان جامعو البيانات، فى كل الحالات يشرحون لهم الأسئلة ويردون على استفساراتهم ويعاونوهم فى تسجيل إجاباتهم (دون التأثير عليهم بطبيعة الحال).

هذا وبعد نهاية العمل الميدانى قمنا باعطاء البيانات المجمعة فى صحف الاستبيان للحاسب الآلى لاتخاذ ما يلزم نحو تبويبها لكى نتمكن من تحليلها واستخلاص النتائج منها فى أسرع وقت ممكن.

صحيفة الاستبيان

عند تصميمنا لصحيفة الاستبيان، أخذنا فى الحسبان اعتبارين، على درجة كبيرة من الأهمية، وهما الدقة، وقلة التكاليف. كما كتبنا صحيفة الإستبيان بلغة على المستوى المألوف لأفراد العينة، واستبعدنا الأسئلة الطويلة والغامضة. وإذا كانت هناك أكثر من إجابة، بديلة، للسؤال، طلبنا من جامعى البيانات قراءة كل الإجابات البديلة والاحجام عن الايحاء بأى إجابة. وفى تنظيم تسلسل الأسئلة، حاولنا أن نبدأ

بالمسائل العامة ونتدرج إلى المسائل المحددة وأن يقتصر كل سؤال على فكرة واحدة أو حدث واحد.

وحيث أن البحث قد صمم لجمع المعلومات بشأن وجهة نظر أفراد العينة فى دور وسائل الأعلام، فإننا أحيانا كنا نسأل أكثر من سؤال لنضمن ثبات الإجابات.

و بعد أن انتهينا من إعداد أسئلة صحيفة الإستبيان قمنا باختبارها على بعض أفراد عينة أرباب الأسر، وقد أسفر ذلك عن تعديل وحذف بعض الأسئلة وإضافة أسئلة جديدة حتى وصلت الصحيفة إلى الصورة التى تخدم أغراض البحث والتى نفذت بها فيما بعد. وقد استغرقت هذه العملية أسبوعا قبل موعد البدء بالمقابلات.

وتضمنت صحيفة الإستبيان عدد (٦١) سؤال مقسمة إلى خمسة أقسام، وفى كل قسم عدة مجموعات (أنظر الملحق رقم ١).

وقد أعدت المجموعة الأولى من الأسئلة، عن الخصائص الاجتماعية والاقتصادية، لكى يعطى الشخص الذى يجرى عليه البحث معلومات عن نفسه مثل خصائصه الشخصية والاجتماعية. وسعت هذه الأسئلة إلى رسم صورة الشخص من حيث الجنس والسن والدخل والمهنة وملكية جهاز الوسيلة الإعلامية والتعليم والحالة الاجتماعية وعدد الأطفال.

وكانت خصائص العينة مطلوبة لمقارنة مدى تمثيل أفرادها لباقى سكان قرية قها. كما استخدمت البيانات أيضا لمقارنة الإجابات بالطبقات المختلفة من السكان.

والمجموعة الثانية من الأسئلة بحثت فى سلوك أفراد العينة تجاه وسائل الأعلام، الصحافة والراديو والتليفزيون، والأبواب والبرامج التى يسمعها الأفراد أو يرونها أو يقرأونها، والأعمدة والبرامج التى يفضلونها، وأفضليات أفراد العينة

وأسبابها . والهدف الرئيسى لهذه الأسئلة هو إظهار عادات أفراد العينة بشأن وسائل الأعلام والدور الذى قد تلعبه فى حياتهم. وفى الحقيقة يمكن اعتبار هذه المجموعة من الأسئلة أساس البحث.

والمجموعة الثالثة من الأسئلة تتعلق بمستوى معلومات أفراد العينة. وقد استخدمت أسئلة المعلومات لاكتشاف ماذا يعرف الناس، وكم يعرفون، وكيف عرفوا حدثا ما سواء كان سياسيا أو اجتماعيا أو اقتصاديا، محليا أو قوميا. ولقد عاونتنا هذه المجموعة من الأسئلة على تقييم عدد من الفروض عن دور وسائل الأعلام فى توسيع آفاق الفرد من المستوى المحلى إلى المستوى القومى، وفى تركيز الانتباه على قضايا محددة للتنمية، وفى زيادة الطموح.

والمجموعة الرابعة من الأسئلة صممت لمعرفة معلومات من أفراد العينة عن تبنى الأفكار المستحدثة كأحد متطلبات التنمية القومية، وكانت الفكرة المستحدثة التى اخترناها هى فكرة تنظيم الأسرة. وتصف الأسئلة المراحل المختلفة التى يمر بها الفرد فى عملية اتخاذ القرار بشأن الفكرة المستحدثة. وساعدنا هذا الجزء من صحيفة الإستبيان على تقييم دور وسائل الأعلام والاتصال الشفهى فى تغيير الاتجاهات الراسخة وفى تبنى الأفكار المستحدثة.

وكان المقصود من المجموعة الخامسة من الأسئلة أن تعطى المعلومات عن دور وسائل الأعلام فى حملة محو الأمية. واقتصر هذا الجزء من صحيفة الإستبيان على أفراد العينة الأميين أو الذين يقرأون فقط أو الذين يقرأون ويكتبون ولكنهم مازالوا ملتحقين بفصول محو الأمية. ويركز على تتبعهم، أو عدم تتبعهم، برامج محو الأمية، وعلى الأسباب التى دفعتهم إلى تتبعها، وعلى درجة التعليم التى وصلوا إليها . وهذه المجموعة من الأسئلة تساعدنا فى تحليل مدى فاعلية وسائل الأعلام فى التعليم.

الضوابط المستخدمة لضمان ثبات الاجابات و صدقها

إذا كان السؤال (والجواب) هو الوسيلة الأساسية فى جمع البيانات، فمن الضرورى أن تتخذ بعض الاحتياطات التى تكفل الاطمئنان إلى أن كل سؤال يقيس فعلا ما وضع أصلا لقياسه، وأن إجابات الفرد فى العينة تعبر فعلا عن رأيه.

ولقياس الثبات توجد وسائل متعددة كما أن لقياس الصدق وسائل أخرى. وتتفاوت طرق قياس الثبات بين عدة وسائل منها مثلا إعادة تطبيق صحيفة الإستبيان بعد فترة زمنية محددة، ووضع عدد من الأسئلة الضابطة بين أسئلة الصحيفة. كذلك فإن إجراءات قياس الصدق تتضمن وضع الأسئلة التى تراقب أو تضبط هذا القياس أو ملاحظة الاتساق الداخلى للإستبيان أو يتم الاعتماد فى ذلك على ضوابط خارجية.

ومن الملاحظ أن ثبات الإستبيان قد يلقى كثيراً من الضوء على مدى صدقه، والعكس صحيح. ولكن لا يعنى ذلك أن الثبات والصدق مسميان لمفهوم واحد[1].

وقد استخدمنا فى دراستنا هذه اجراءين رئيسيين لضمان درجة لا بأس بها من الثبات والصدق فى إجابات أفراد العينة وهما :

١- ملاحظة التنسيق الداخلى للاستبيان، والتناقض (أو عدم التناقض) بين إجابات أسئلة معينة.

٢ - الاعتماد على المرشدين من أهل القرية كوسيلة ضبط خارجية.

وراعينا الدقة فى تطبيق هذين الإجراءين، واستبعدنا كل صحيفة إستبيان لا تحظى بموافقة المرشدين واطمئنانهم إلى صدق إجاباتها. كذلك أخذنا فى اعتبارنا ما لاحظناه أثناء عملية المقابلة من تردد الفرد أو تحفظه أو صراحته الزائدة أحيانا

---

(١) محمد عوده، أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعى، دراسة ميدانية فى قرية مصرية، دار المعارف بمصر، ١٩٧١ ص ٢٩٤.

وراعينا أن نعمل على أن يطمئن الجميع إلى أن هدفنا هو خدمة مصر أولا وأخيرا.

هذا وقد احتوت الصحف المستبعدة على إجابات كثيرة متضاربة ومتناقضة يصر عليها الفرد ولا يمكن تصحيحها، وقد بلغت هذه الصحف، كما سبق الإشارة، ٢٩ صحيفة استبيان من مجموع الصحف الكلية والتى تبلغ ٢٧٨ صحيفة. وبذلك أصبح لدينا ٢٤٩ صحيفة تحقق الشروط الموضوعة لقياس الثبات والصدق. ولقد أقدمنا على هذه الخطوة إيمانا منا بأهمية نوعية الإجابات ومدى إمكانية الاعتماد عليها بصرف النظر عن حجمها. وبذلك تكون نسبة صحف الإستبيان المقبولة إلى العدد الكلى الذى اختير للبحث حوالى ٩٠٪ وهى نسبة عالية من الردود بالمقارنة بمثل هذه الدراسات والأبحاث.

مراحل العمل بالحاسب الآلى

وبعد أن انتهينا من العمل الميدانى، أعطينا الإستمارات المستوفاة ٢٤٩ رقما كوديا، وأعددنا كتيبا به مفاتيح أرقام الكود، وراجعناه وتحققنا منه. وبعد الترميز والتدقيق وإعادة التدقيق والتحرير، تم تثقيب بطاقات NCR. وقد قمنا بأعمال التدقيق بغرض التأكد من عدم وجود ازدواج فى البيانات نتيجة وجود أكثر من إجابة واحدة للسؤال الواحد فى البطاقة مثلا أو أى أخطاء أخرى.

ثم تم تفريغ البطاقات فى عدة جداول يمثل كل منها إجابات أفراد العينة على أحد أسئلة الإستبيان. ثم استخدمت الجداول المزدوجة لتبويب الإجابات على الأسئلة حسب الخصائص السكانية للعينة مثل: السن والجنس والتعليم والمهنة والدخل. ثم قمنا بتحليل هذه الجداول لاستنتاج وجود أثر أو علاقة بين بعض الخصائصً السكانية ووظائف وسائل الإعلام.

وقد تم إجراء هذه العملية كلها من خلال عدة خطوات على النحو التالي:

١ – تحليل وتصميم النظام System Analysis (نظام الحاسب).

٢ – فتح الملف الذى يحتوى على المعلومات بعد إجراء عمليات المراجعة بغرض التنقية واستخدم فى ذلك برنامجى الخلق والمراجعة GENTABO, BENTAB 1.

٣– إعداد بطاقات التحكم Control Cards فى تشغل البرامج السابقة للجداول التكرارية Frequency Tables والجداول المزدوجة Cross Tables.

٤– تم تشغيل النظام بالخطوات السالفة على الحاسب الآلى NCR Century 200 واستخدمت فى ذلك الوسائط الممغنطة Magnetic Media مثل الشرائط والإسطوانات Magnetic Tapes and Discs.

٥– تم اختبار العلاقات باستخدام اختبار كا٢

وكان البرنامج المستخدم في هذه العملية GENTAB PACKAGE (١).

هذا وقبل البدء فى الدراسة الميدانية فإنه – يحسن أن نستعرض خصائص أفراد العينة المختارة.

خصائص أفراد العينة

الجنس:

يبين الجدول رقم (١) عن الجنس أن الغالبية العظمى لأفراد العينة من الرجال فقد بلغت نسبتهم حوالى ٨١٪ بينما بلغت نسبة النساء حوالى ١٩٪ والسبب فى ذلك يرجع أساسا إلى أن هدفنا من اختيار أفراد العينة هو أن يكونوا من أرباب الأسر بغض النظر عن جنسهم. وقد كان من أسباب ظهور نسبة من النساء ضمن أفراد

(١) قام بالعمل على الحاسب الالى بالجامعة الأمريكية بالقاهرة كل من: السيدة منى مأمون قداح، مشرفة النظم، الانسة سلوى أمين – مسئولة تناول البيانات، السيدة مرجريت بطرس – المشرفة على قسم إعداد البيانات، السيد محمد عبد المنعم – المشرف على عمليات قسم الحاسب الالى.

العينة كربات أسر إما لأنهن أرامل أو مطلقات أو أن أزواجهن يعملون بالخارج أو على سفر.

السن:

أما فيما يختص بالسن، فيبين الجدول رقم (٢) أن أقل من نصف العينة ممن تتراوح أعمارهم بين ٢١، ٣٩سنة، وأن حوالى ربع العينة فى مرحلة الأربعينات، وأن الأعمار فى الربع الأخير من العينة فى الخمسين أو تزيد على ٥٠ سنة.

الجدول رقم (١)

الجنس

الجنس	العدد	النسبة المئوية
ذكر	٢٠١	٨٠.٧٪
أنثى	٤٨	١٩.٣٪
الإجمالى	٢٤٩	١٠٠٪

الجدول رقم (٢)

السن

الجنس	العدد	النسبة المئوية
من ٢١ – ٢٩	٥٣	٢١,٣٪
من ٣٠ – ٣٩	٧٢	٢٨.٩٪
من ٤٠ – ٤٩	٦٣	٢٥.٣٪
من ٥٠ – ٥٩	٤٠	١٦.١٪
٦٠ فأكثر	٢١	٨.٤٪
إجمالى	٢٤٩	١٠٠٪

المهن:

ويوضح الجدول رقم (٣) مهن أفراد العينة، حيث يتبين أن أكثر من ٣٩٪ منهم من المزارعين أو الفلاحين، وأن حوالى ٣٥٪ من العمال. أى أن العمال والفلاحين يمثلون ما يزيد على ٧٥٪ من مجموع أفراد العينة. وأن حوالى ربع العينة من موظفى الحكومة والقطاع العام والمهنيين وذوى الأعمال الخاصة وربات البيوت ورباب المعاشات.

هذا وطالما أن النسبة الكبرى من أفراد العينة تتمثل فى الفلاحين والعمال والنسبة الصغرى تتمثل فى المهن والأعمال الأخرى، فإنه يمكن القول بأن هذا الوضع يتمشى مع الطبيعة الصناعية الزراعية لقرية قها .

الجدول رقم (٣)

المهن

المهنة	العدد	النسبة المئوية
موظف	١٥	٦٪
عامل	٨٨	٣٥.٤٪
عمل خاص	١٢	٤.٨٪
فلاح أو مزارع	٩٩	٣٩.٨
مهنى (طبيب – مدرس – محامى – محاسب)	١٥	٦٪
زوجة (ست بيت)	١٧	٦.٨٪
لا عمل (ويتضمن أرباب المعاشات)	٣	١.٢٪
إجمالــى	٢٤٩	١٠٠٪

الحالة التعليمية:

أما الجدول رقم (٤) فيصور الحالة التعليمية لأفراد العينة. ومن الملاحظ أن غالبية العينة (٥٢٪) من الأميين، وهى نسبة تقل، إلى حد ما، عن نسبة الأميين على مستوى الجمهورية: وأن من يعرفون القراءة فقط بلغت نسبتهم ٩٪ وهذه النسبة من الممكن إضافتها إلى نسبة الأميين فى مجموعة واحدة. وأن الفئة الأخيرة ونسبتها حوالى (٣٩٪) تمثل المتعلمين وهم من يعرفون القراءة والكتابة والحاصلون على شهادات إتمام الدراسة الإبتدائية والإعدادية والثانوية والشهادات الجامعية. والجدير بالذكر أن الحاصلين على شهادة دراسات عليا يسكنون القرية ولم يهاجروا إلى المدينة. وهذا اتجاه محمود إذا تكرر فى قرى أخرى فإنه يقلل من الأعباء الملقاة على المدن ويؤدى إلى استفادة القرى من مجهود أبنائها.

الحالة الإقتصادية :

ويبين الجدول رقم (٥) الحالة الإقتصادية لأفراد العينة. ويهمنا أن نوضح فى هذا المجال أن هذه الخاصية يصعب قياسها لعدة أسباب من أهمها امتناع معظم أفراد العينة، وخاصة الذين يعيشون فى مستوى أعلى نسبيا من الآخرين، عن الإفصاح عن دخولهم الشهرية (خوفا من الحكومة أو من الحسد إلى الخ...)

الجدول رقم (٤)

الحالة التعليمية

الحالة التعليمية (١)	العدد	النسبة المئوية
أمى	١٣٠	٥٢.٢٪
يقرأ فقط (منخفض التعليم)	٢٣	٩.٢٪
يقرأ ويكتب	٣٧	١٤.٩٪
إبتدائية	١٣	٥.٢٪
إعدادية	١٠	٤.١٪
ثانوى – ثقافة عامة – دبلوم متوسط	٢١	٨.٤٪
بكالوريوس أو ليسانس أو ما يعادلهما	١٤	٥.٦٪
ماجستير	١	٠.٤٪
إجمالى	٢٤٩	١٠٠٪

(١) تبين أن هناك ثلاث زفراد من العينة – يمكنهم القرادة ولكنهم يكتبون بدرجة ضعيفة جداً =

هذا ويشير الجدول إلى أن أكثر من نصف العينة ٥٦٪ يقل دخل الأسرة فيها عن ٢٠ جنيه شهريا. وأن حوالى ثلث العينة ٣٣٪ يتراوح دخل الأسرة فيه بين ٢٠ وأقل من ٤٠ جنيه شهريا. أما الجزء الباقى من العينة (١١٪) فيبلغ دخل الأسرة فيه ٤٠ جنيه شهريا أو يزيد.

ومن الأهمية بمكان أن نوضح أنه رغم النجاح النسبى فى الحصول على البيانات المتعلقة بالدخل الشهرى، إلا أن مسألة التأكد من صحتها ودقتها هى مسألة تعتبر فى حكم المستحيل فإجابات بعض أفراد العينة على هذا السؤال افتقدت الصراحة والصدق نتيجة الخوف أو الحسد أو الضرائب، كما أشار أحد المرشدين. كذلك فقد امتنع ثلاثة عن الإجابة على هذا السؤال.

الجدول رقم (٥)

متوسط الدخل الشهري للأسرة

الدخــــل	العــدد	النسبة المئوية
أقل من ٢٠ جنيه	١٣٨	٥٦.١٪
من ٢٠ – ٢٩ جنيه	٤٣	١٧.٥٪
من ٣٠ – ٣٩ جنيه	٣٨	١٥.٤٪
٤٠ جنيهاً فاكثر	٢٧	١١٪
إجمالــــى	٢٤٦	١٠٠٪

= لذلك رأينا إضافتهم إلي فئة من يقرأ فقط، كذلك هناك ثلاثة عشر من الذين عرفون القراءة بما فيهم هؤلاء الثلاثة – يتعرضون للقراءة بصفة مباشرة وأن الباقي يتعرضون بصفة غير مباشرة لأنهم يتعبون منها.

الفصل التاسع

التعرض لوسائل الأعلام

آراء حول دور وسائل الاعلام

تشير البحوث التى أجريت فى البلاد النامية إلى الدور الحاسم والمتكامل لوسائل الإعلام فى التنمية. إذ أن التعرض لوسائل الإعلام فى المجتمعات الريفية يقود الفلاحين على الطريق إلى العصرية Modernization

ويعتقد روجرز "Rogers" أن وسائل الإعلام هى الموارد الأساسية للمجتمعات التى تسعى بسرعة إلى التنمية، حيث تصل هذه الوسائل برسائلها إلى معظم الناس بأسرع وأرخص ما يمكن (١). ويقول ليرنر "Lerner"، أيضاً، إن وسائل الإعلام هى العنصر الضخم الذى يضاعف التنمية. فوسائل الإعلام تعلم الناس هذا النوع من المشاركة، حيث تصف لهم المواقف الجديدة والغريبة وتحسن إطلاعهم على سلسلة من الاراء يستطيعون الإختيار من بينها (٢).

ويرى روجرز أنه بالإمكان أن تتحقق استفادة إذا نظرنا إلى عملية التنمية على اعتبار أنها عملية اتصال. إذ أن الاتصال، إعلامياً أو مباشراً، هو الوصلة الجوهرية التى تدخل الأفكار – المتعلقة بالعالم الخارجى – من خلالها إلى القرية. كما يعتبر الاتصال أيضا قوة مركزية لتسهيل النشر لأبعد مدى داخل القرية.

وهو يقول أيضاً أن الدور الرئيس لوسائل الإعلام قد يكون فى توفير المناخ اللازم للتنمية أكثر منه فى تقديم التفاصيل المحددة الضرورية لتبنى الأفكار المستحدثة.

وإلى هذا المدى فإن وسائل الإعلام هى المضاعفات Multipliers السحرية لاتباع أخلاقيات العصرية بين الفلاحين، ولكنها أقل فاعلية من ذلك بكثير فى نشر

---

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 101.
(2) - Lerner, 1972, op. cit., p. 317.
- Lerner, 1958, op. cit., p. 54.

الابتكارات التكنولوجية وفى إحداث التغييرات فى السلوك Overt behavior المعلن[1].

وقد وجد روجرز فى القرى الكولومبية الست التى أجرى عليها أبحاثه أن هناك علاقة ريجابية بين التعرض لوسائل الإعلام والتعليم، وبين الانفتاح على العالم الخارجى "Cosmopoliteness"، والقدرة على التقميص الوجدانى "Empathy"، وتبنى الأفكار المستحدثة "Innovativeness"، والإدراك السياسى، ودوافع الإنجاز "Achievement Motivation"[2]..

إن مدى التعرض لوسائل الإعلام هو عنصر يلقى بعض الضوء على المنفعة الحدية "Marginal utility" لوسائل الإعلام. ومن ثم فإن الفصل التاسع، يستكشف ظاهرة المنفعة الحدية لوسائل الإعلام والتعرض الانتقائى "selective ex-posure". كما يستكشف إلى أى مدى يتعرض القرويون لوسائل الإعلام وماذا يجذب إنتباههم منها على وجه الخصوص.

إن إمكانية القروى على الاختيار هى إمكانية تتوقف كثيراً على اهتماماته الشخصية، أما مدى تعرضه لهذه الوسائل فإنه يعتمد على متغيرات أخرى.

هذا ويمكن القول أن معظم المتغيرات المرتبطة بموضوعنا هى:

(أ) طريقة التعرض، وهل هى استقبال خاص أم عام ؟

(ب) وسيلة الاتصال المستخدمة، وهل هى الإذاعة أم التليفزيون أم الصحافة؟

(جـ) المميزات الشخصية والاجتماعية للقرويين

وفى ذلك فإننى أعرض الافتراضين التاليين:

١ – إن مدى تعرض الفرد لوسائل الإعلام قد يتحدد جزئياً بطريقة الاستقبال "Mode of Reception".

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 116.
(2) Rogers, 1969, op. cit., pp. 104-111.

٢- إن مدى تعرض الفرد لوسائل الإعلام قد يتحدد جزئياً بالخصائص الخلفية له "Background Characteristics"

هذا وسنقوم بتحليل بيانات المسح، الذى تم فى قهاء، للتحقق من هذين الافتراضين.

إن طريقة الاستقبال تتصل بالشروط التى يصبح الفرد معها متعرضاً لوسائل الإعلام. والاستقبال قد يكون إستقبالا خاصاً "Private"أو جماعياً "Collective".

والاستقبال الخاص يتم عن طريق سيطرة الفرد على الوسيلة المستخدمة، أى امتلاكه لجهاز راديو أو تليفزيون وشرائه لصحيفته الخاصة. ومن أجل دراستنا هنا سنعتبر أن طريقة الاستقبال الخاصة تعنى ملكية جهاز راديو أو تليفزيون وقراءة الشخص لصحيفته الخاصة.

أما الاستقبال الجماعي فهو يتم عن طريق اعتماد الفرد على الآخرين للوصول إلى وسيلة الاتصال (١).

وسائل الاتصال الالكترونية

تعتبر وسائل الاتصال الالكترونية من أهم وسائل الاتصال فى العصر الحديث، خاصة بعد زيادة التقدم العلمى والتكنولوجى واستخدامه فى تلبية احتياجات الشعوب.

وفى ذلك يوضح مندلسن أن الراديو دون غيره من وسائل الإعلام يتمتع بخصائص فريدة، حيث أصبح رفيقاً لمن يستعمله. ويضيف مندلسن بأن هذه الصداقة بين الراديو والمستمع قد زادت نتيجة لزيادة الاختراعات وتطورها مع انخفاض ثمنها بالنسبة لما تقدمه من مزايا إلى درجة أصبح فيها الراديو ملازما

(1) Harik, 1974, op. cit., p. 143.

المتستمع لفترات طويلة من الوقت (١).

ويقول بول لازار سفيلد "Paul Lazarsfeld" وباتريشيا كيندال "Patricia kendal" إن تعبير جماهيرى "Mass" ينطبق حقاً على وسيلة الراديو، ذلك أن الراديو يصل إلى كل مجموعات السكان بصورة منتظمة أكثر من أى وسيلة أخرى. ولقد خلص لازار سفيد وكيندال إلى أنه كلما أتيحت وسيلة إعلامية ما، كلما زاد عدد المتعرضين لها (٢).

بيانات الدراســة الميدانيــة

التعرض للاذاعة والتليفزيون وملكية أجهزة الوسائل:

لقد سألنا أفراد عينة البحث الذى أجريناه فى قها عن مدى تعرضهم لوسائل الإعلام الألكترونية، ومدى تعرضهم ، فماذا كانت طريقتهم فى الاستقبال؟ فكانت إجاباتهم عن الراديو، كما هو ظاهر فى الجدول رقم ٦ الذى يتبين منه أن نسبة ٩٥.٦٪ من أفراد العينة من مستمعى الراديو. ويشير الجدول أيضاً إلى أن ما يوازى ٩٣.٦٪ من أفراد العينة يمتلك كل منهم جهازاً للراديو. كما يتبين بالنسبة لهؤلاء أن ٢٣.٧٪ من نوى المستوى المرتفع للاستماع، و٤١.٤٪ من نوى المستوى المتوسط للاستماع، و٢٦.١٪ من نوى المستوى المنخفض للاستماع. ويتبين كذلك أن نسبة غير المستمعين للراديو ويمتلكون أجهزة هى نسبة بسيطة تبلغ ٢.٤٪. ويتضح أيضاً أن عدد ساعات الاستماع لدى ملاك أجهزة الراديو أعلى كثيراً من عددها لدى الأفراد النين لا يملكون الأجهزة. فقد بلغت نسبة النين لا يملكون أجهزة الراديو ٦.٤٪ من أفراد العينة بينهم نسبة ٥.٢٪ من نوى المستوى المنخفض أو ممن لم

---

(1) Harol Mendelshon " Listening to Radio" in Lewis Dexter and David White ed., **People, Society and Mass Communication** The Free Press of Glencoe, N.Y., 1964, pp. 239 - 249.

(2) Paul Lazarsfeld and Patricia Kendal: "The Communications Behaviour of the Average American", in Schramm, **Mass Communication**, University of Illinois Press, Urbana, 1960, pp. 421 - 424.

يستمعوا إلى الراديو نهائياً. ولا يوجد أحد من أفراد العينة ممن لا يملكون أجهزة الراديو تم تصنيفه تحت فئة ذوى المستوى المرتفع للاستماع. فى حين أن ٢٣.٧٪ من أفراد العينة مالكين للراديو يستمعون استماعاً بمستوى مرتفع.

الجدول رقم ٦

مدي الاستماع الي الراديو مقارنا بالملكية

المدى / الفئة	لا يستمعون	(*) منخفض	(**) متوسط	(***) مرتفع	إجمالى
لايملكون	٢٪ ٥	٣.٢٪ ٨	١.٢٪ ٣	— —	٦.٤٪ ١٦
يملكون	٢.٤٪ ٦	٢٦.١٪ ٦٥	٤١.٤٪ ١٠٣	٢٣.٧٪ ٥٩	٩٣.٦٪ ٢٣٣
الإجمالى	٤.٤٪ ١١	٢٩.٣٪ ٧٣	٤٢.٦٪ ١٠٦	٢٣.٧٪ ٥٩	١٠٠٪ ٢٤٩

وفى سبيل إختبار العلاقة بين ملكية الراديو ومدى التعرض استخدمنا إختبار كا٢ "Chi-square test" الذى أظهر أنه عند ٣ درجات حرية "Degrees of free-dom" كانت كا٢ المحسوبة تساوى ٢٦.٢٦ بينما كانت كا٢ المجدولة عند مستوى ٠.٠٥ هى ٧.٨١٤ أى أنه يوجد فرق معنوى "Significant difference" فى مدى الاستماع إلى الراديو بين من يملكون الأجهزة ومن لا يملكونها (١).

(*) منخفض = يستمع لعدد ساعات بين ٥ -٩ ساعات أو أقل من ٥ ساعات أسبوعياً.
(**) متوسط = يستمع لعدد ساعات بين ١٠ - ٢٤ ساعة أسبوعياً.
(***) مرتفع = يستمع لعدد ساعات أكثر من ٢٤ ساعة أسبوعياً.
(١) طالما أن نتيجة اختبار وجود علاقة بين متغيرين باستخدام كا٢ قد أظهرت وجود فرق معنوى عن المستوى ٠.٠٥ فإن ذلك يعنى وجود تلك العلاقة (التى يجرى عنها الاختبار) بالفعل.

ومن ثم نستطيع القول بأن مدى تعرض الفرد إلى الراديو يتحدد جزئياً بالملكية.

ومن ناحية أخرى فإن الجداول التى سترد فيما بعد تظهر أن أفراد العينة يتعرضون للراديو أكثر من تعرضهم للتليفزيون.

ويشير الجدول رقم ٧ إلى أن نسبة ٩ . ٦٣٪ من أفراد العينة يتعرضون للتليفزيون، هذا ويمكن القول أن انخفاض نسبة ملكية أجهزة التليفزيون (وقدرها ١ . ٢٤٪) قد يرجع أساساً إلى أسباب اقتصادية أهمها انخفاض دخل الفرد. ومن ناحية أخرى وبمفهوم المخالفة يمكن أن نستنتج أن طريقة الاستقبال تتم بالمشاهدة الجامعية(مثلا).

بيد أنه على المدى الطويل يمكن اعتبار التليفزيون وسيلة أكثر فاعلية، فى نشر المعلومات، من الراديو. ويرجع هذا أساساً إلى أن نوعية هذه الوسيلة تتألف من الصوت والصورة، مما يجعله قادر على نشر المعلومات التى تحتاج إلى توضيح وشرح. وقد يغل عائداً للحكومة، على المدى البعيد، يمكنها من إدخال نوع رخيص السعر من أجهزة التليفزيون خفيف الوزن سهل النقل.

وباستكمال تحليلنا للجدول عن مالكى أجهزة التليفزيون (١ . ٢٤٪) نجد أن نسبة ٦ . ١٤٪ من ذوى المستوى المرتفع والمتوسط التعرض، ونسبة ١ . ٩٪ من ذوى المستوى المنخفض للتعرض. بينما تبلغ نسبة الأفراد الذين لا يشاهدون التليفزيون ٤ . ٠٪ فقط.

كما أنه يمكن أن نستنتج أن مدى التعرض المرتفع والمتوسط للتليفزيون بين من يملكونه أعلى بكثير إذا قورن بمن لا يملكونه (نسبة عدم الملكية بلغت ٩ . ٧٥٪). فقد بلغت هذه النسبة لدى الذين لا يملكون ٧٪ فقط كما بلغت نسبة التعرض المنخفض ٢ . ٣٣٪ ، ونسبة الذين لم يشاهدوا التليفزيون على الإطلاق ٧ . ٣٥٪.

ولقد استخدمنا اختبار كا^2 لمعرفة ما إذا كانت هناك علاقة بين ملكية جهاز

التليفزيون ومدى التعرض، حيث كانت كا٢ المحسوبة ٨٤.٥٠٠ مقابل كا٢ المجدولة لثلاث درجات حرية وعند مستوى ٠.٠٥ والتى تساوى ٧.٨١٤ ثبت وجود فرق معنوى بين من يملكون أجهزة التليفزيون ومن لا يملكونها فى مستوى التعرض.

ومن البيانات المتقدمة يمكن القول أن الأفراد الذين تتوفر لديهم أجهزة وسائل الإعلام يكونون أكثر تعرضا لها من هؤلاء الذين يعتمدون على الآخرين فى استقبالها وباختصار، فإن استهلاك مخرجات "Output" وسائل الإعلام مقيد "Qualified" بطريقة استقبال وسائل الإعلام.

الجدول رقم ٧

مدي التعرض الي التليفزيون مقارنا بالملكية

المدى / الفئة	لا يشاهدون	منخفض (*)	متوسط (**)	مرتفع (***)	إجمالى
لا يملكون	٢٥.٧٪ ٨٦	٣٣.٢٪ ٨٠	٥.٨٪ ١٤	١.٢٪ ٣	٧٥.٩٪ ١٨٣
يملكون	٠.٤٪ ١	٩.١٪ ٢٢	٧.٥٪ ١٨	٧.١٪ ١٧	٢٤.١٪ ٥٨
الإجمالى	٣٦.١٪ ٨٧	٤٢.٣٪ ١٠٢	١٣.٣٪ ٣٢	٨.٣٪ ٢٠	١٠٠٪ ٢٤١ (١)

(*) منخفض = يشاهد لعدد ساعات بين ٥ - ٩ ساعات أو أقل من ٥ ساعات أسبوعياً.

(**) متوسط = يشاهد لعدد ساعات بين ١٠ - ١٩ ساعة أسبوعياً.

(***) مرتفع = يشاهد لعدد ساعات أكثر من ١٩ ساعة أسبوعياً.

(١) إجمالى أفراد العينة ٢٤٩، أحجم ثمانية عن إجابة هذا السؤال، وأجاب ٢٤١ فقط.

الخصائص الخلفية لأفراد العينة والتعرض للوسائل الالكترونية:

لقد أظهرت بيانات المسح الذى أجرى فى قها بشأن تعرض القرويين إلى الوسائل الألكترونية أن الخصائص الخلفية للفرد تحدد جزئياً مدى تعرضه لوسائل الإعلام (١).

فبمقارنة المهنة والاستماع إلى الراديو، أوضح الجدول رقم ٨ (أ) أن كل العمال فى عينة البحث كانوا من مستمعى الراديو، بينما كانت نسبة ٤.٨٪ من فئة «آخرون» من غير المستمعين، وأن نسبة ٨٪ من الفلاحين لم يستمعوا إلى الراديو.

الجدول رقم ٨ (أ)

مدي الاستماع الي الراديو مقارنا بالمهنة

المدى / المهنة (*)	لا يستمعون	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالى
فلاحون	(٨٪) ٨	(١٨.٢٪) ١٨	(٥١.٥٪) ٥١	(٢٢.٣٪) ٢٢	(١٠٠٪) ٩٩
عمال	(-٪) -	(٣٦.٤) ٣٢	(٣٧.٥٪) ٣٣	(٢٦.١٪) ٢٣	(١٠٠٪) ٨٨
آخرون (**)	(٤.٨٪) ٣	(٣٧.١) ٢٣	(٣٥.٥٪) ٢٢	(٢٢.٦٪) ١٤	(١٠٠٪) ٦٢
إجمالى	(٤.٤٪) ١١	(٢٩.٣٪) ٧٣	٪(٤٢.٦) ١٠٦	(٢٣.٧٪) ٥٩	٪(١٠٠) ٢٤٩

(*) تم حساب النسبة المئوية بين الفئات المختلفة.

(**) من أجل التوضيح، ولأن تركيزنا على الفلاحين والعمال باعتبار أنهم يؤلفون غالبية السكان، فقد أدرجنا كل الفئات الأخرى تحت آخرون وهؤلاء: موظف - عمل خاص - مهنى (طبيب - مدرس - محاسب إلخ) - زوجة (ست بيت) - لا عمل (ويتضمن من هم على المعاش).

(١) نقصد بالخصائص الخلفية في دراستنا هنا المهنة - مستوي الدخل - معرفة القراءة والكتابة والسن - والجنس.

وأكثر من ذلك، كان مدى استماع العمال (الاستماع المرتفع) إلى الراديو أعلى مدى الاستماع المماثل للفئات الأخرى. فقد تبين أن نسبة الاستماع المرتفع لدى العمال بلغت ٢٦.١٪، بينما تصل إلى ٢٢.٣٪ لدى الفلاحين، وتبلغ ٢٢.٦٪ لدى المهن الأخرى.

كما تبين أن أعلى نسبة بين الفلاحين وقدرها ١٥.٥٪ قد تم تصنيفها تحت المستوى المتوسط للاستماع، كذلك فقد تبين أن أعلى نسبة بين فئة «أخرون» وقدرها ٣٧.١٪ قد تم تصنيفها تحت المستوى المنخفض للاستماع.

وأوضح الجدول رقم ٨ (ب) بشأن المهنة ومشاهدة التليفزيون أن نسبة ٦٧٪ من العمال يشاهدون التليفزيون، بينما كانت نسبة الفلاحين مشاهدى التليفزيون ٤٦.٩٪ فقط. كذلك يبين الجدول، فيما يتصل بدرجة تعرض كل من العمال والفلاحين، إلى أن مدى تعرض العمال للتليفزيون كان أعلى فى المستويات المرتفعة والمتوسطة للمشاهدة عن مدى تعضر الفلاحين للتليفزيون.

الجدول رقم ٨ (ب)

مدي التعرض الي التليفزيون مقارنا بالمهنة

المهنة / المدى	لا يشاهدون	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالى
فلاحون	(٥٣.١٪) ٥١	(٣٩.٦٪) ٣٨	(٣.١٪) ٣	(٤.٢٪) ٤	(١٠٠٪) ٩٦
عمال	(٣٣٪) ٢٨	(٤٠٪) ٣٤	١٧.٦٪) ١٥	(٩.٤٪) ٨	(١٠٠٪) ٨٥
أخرون	(١٤.٧) ٩	(٤٩.١) ٣٠	(٢٢.٩٪) ١٤	(١٣.٣٪) ٨	(١٠٠٪) ٦١
إجمالـــى	(٣٦.٣٪) ٨٨	(٤٢.٢٪) ١٠٢	(١٣.٢٪) ٣٢	(٨.٣٪) ٢٠	٪(١٠٠) ٢٤٢ (*)

(*) العدد الإجمالى لأفراد العينة هو ٢٤٩ أحجم سبعة منهم عن الإجابة على هذا السؤال، وأجاب ٢٤٢ فقط

هذا ويهم أن نوضح أن هناك عدداً من العوامل التى تؤدى إلى ظهور النتائج المتقدمة من أهمها مشكلة الفرصة "Opportunity". فالناس المستغرقون فى نشاط معين، سواء كان من الأعمال المضنية أو تلك التى يستغرق ادائها فترة طويلة من الوقت، لن يجدوا سوى القليل من الوقت للتعرض لأى نوع من وسائل الإعلام.

وقد يكون المستوى الاقتصادى المنخفض عنصراً آخر يجعل الفلاحين أقل قدرة من العمال على إمتلاك وسيلة إعلامية ومن ثم يعتمدون على غيرهم ممن يمتلكونها.

وإذا انتقلنا إلى الكلام عن العلاقة بين مستوى الدخل ومدى التعرض للوسائل الألكترونية نجد أنها تحتاج إلى مزيد من المناقشة.

فنجد من الجدول رقم ٩ (أ) أن نسبة ٨.٥٪ من ذوى الدخل الذى يقل عن ٢٠ جنيهاً فى الشهر لا يستمعون إلى الراديو، بينما كل ذوى الدخل بين ٢٠-٢٩جنيهاً فى الشهر يستمعون إلى الراديو.

وقد سبق أن وجدنا فيما تقدم (الجدول٦) أن ٩٣.٦٪ من إجمالى أفراد العينة يمتلكون أجهزة الراديو، وأن الذين لا يمتلكون أجهزة كانت نسبتهم ٦.٤٪ وهم إما لا يستمعون أو من ذوى الاستماع المنخفض أو المتوسط.

هذا وإن الانتشار الواسع لملكية أجهزة الراديو جاء نتيجة مباشرة لرخص سعره. كما أن الاستماع إلى الراديو لا يتطلب مهارات القراءة أو الكتابة إذا أخذنا فى الاعتبار إرتفاع نسبة الأمية فى المجتمع المصرى. هذه العناصر تجعل الراديو أكثر وسائل الإعلام شعبية فى مصر.

وإذا تأملنا الجدول ٩ (أ) نجد أن مدى الاستماع، المرتفع والمتوسط، إلى الراديو يقل، عموماً، كلما زاد الدخل. حيث تبين مثلا أن الاستماع المرتفع قد تناقص من ٢٦.١٪ عند مستوى الدخل أقل من ٢٠ جنيه وبلغ ١٤.٧٪ عند مستوى الدخل ٤٠ جنيه فاكثر.

وتبين أيضاً أن أعلى نسبة بين فئة الدخل من ٢٠ إلى ٢٩ جنيهاً شهرياً وقدرها ٤٨.٩٪ قد تم تصنيفها تحت المستوى المتوسط للاستماع إلى الراديو.

ومن ناحية أخرى فإن الاستماع المنخفض يتزايد مع زيادة الدخل فقد بلغ ٢٣.٢٪ عند مستوى الدخل أقل من ٢٠ جنيه وأصبح ٥١.٩٪ عند مستوى الدخل ٤٠ جنيه فاكثر.

وقد يكون السبب المحتمل لهذه النتيجة أن أفراد العينة ذوى مستوى الدخل الأعلى قادرين أيضاً على شراء جهاز تليفزيون وجريدة يومية، وعليه ينقسم اهتمام كل منهم بين الوسائل المتعددة بدلا من قصره على وسيلة إعلامية واحدة فقط.

كما أن التعليم قد يكون سبباً إضافياً لهذه النتيجة، إذ أنه من المألوف أن ذوى الدخول الأعلى تكون لديهم مستويات تعليمية أعلى، الأمر الذى يجعلهم يميلون إلى قراءة الصحف أكثر من الاستماع إلى الراديو.

الجدول رقم ٩ (أ)

الاستماع الي الراديو ومستوي الدخل

المدى / المستوى *	لا يسمع	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالى
أقل من ٢٠ جنيها	(٥.٨٪) ٨	(٢٣.٢٪) ٣٢	(٤٤.٩٪) ٦٢	(٢٦.١٪) ٣٦	(١٠٠٪) ١٣٨
بين ٢٠ – ٢٩ جنيها	(-٪) -	(٢٧.٩٪) ١٢	(٤٨.٩٪) ٢١	(٢٣.٢٪) ١٠	(١٠٠٪) ٤٣
بين ٣٠ – ٣٩ جنيها	(٥.٣٪) ٢	(٣٤.٢٪) ١٣	(٣٦.٨٪) ١٤	(٢٣.٧٪) ٩	(١٠٠٪) ٣٨
٤٠ جنيهاً فاكثر	(-٪) -	(٥١.٩٪) ١٤	(٣٣.٣٪) ٩	(١٤.٨٪) ٤	٪(١٠٠) ٢٧
إجمالـى	(٤.١٪) ١٠	(٢٨.٩٪) ٧١	(٤٣.١٪) ١٠٦	(٢٣.٩٪) ٥٩	٪(١٠٠) ٢٤٦**

(*) لقد تم حساب النسب المئوية لكل فئة على حدة من أجل توضيح المقارنة بين الفئات المختلفة.

(**) الرقم الإجمالى لأفراد العينة ٢٤٩ وأحجم ٣ منهم عن الإجابة على السؤال بمستوى الدخل.

والتليفزيون هو وسيلة المشاهد "Spectator" التى لا يحتاج الجمهور فيها إلى أن يفعل شيئاً أكثر من المشاهدة والاستماع. ومع ذلك، فبسبب الثمن المرتفع لأجهزة التليفزيون فإننا نجد أن نسبة ملكيته فى القرى نسبة منخفضة. حيث فى الجدول رقم (٧) المتقدم نجد أن ٢٤.١٪ من أفراد العينة يمتلك هذه الأجهزة. ومن الجدول (٩ب) نجد أن نسبة الذين لا يشاهدون التليفزيون ظهرت على النحو التالى: ٥١.٥٪ من ذوى الدخل أقل من ٢٠ جنيهاً شهرياً، ٢٦.٢٪ من ذوى الدخل بين ٢٠ -٢٩ جنيهاً شهرياً، ١٦.٢٪ من ذوى الدخل بين ٣٠-٣٩ جنيها شهرياً، ٣.٧٪ فقط من ذوى الدخل ٤٠ جنيهاً فأكثر شهرياً. وهذه النسب تبين أنه كلما ارتفع الدخل كلما

الجدول رقم ٩(ب)

مدي التعرض الي التليفزيون ومستوي الدخل

المدى / المستوى	لا يشاهد	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالى
أقل من ٢٠ جنيها	(٥١.٥٪) ٧٠	(٣٧.٥٪) ٥١	(١٠.٣٪) ١٤	(٠٠.٧٪) ١	(١٠٠٪) ١٣٦
بين ٢٠ - ٢٩ جنيها	(٢٦.٢٪) ١١	(٤٢.٨٪) ١٨	(١٩.١٪) ٨	(١١.٩٪) ٥	(١٠٠٪) ٤٢
بين ٣٠ - ٣٩ جنيها	(١٦.٢٪) ٦	(٥٤.١٪) ٢٠	(١٦.٢٪) ٦	(١٣.٥٪) ٥	(١٠٠٪) ٣٧
٤٠ جنيهاً فأكثر	٪(٣.٧) ١	(٤٨.٢٪) ١٣	(١٤.٨٪) ٤	(٣٣.٣٪) ٩	٪(١٠٠) ٢٧
إجمالى	(٣٦.٤٪) ٨٨	(٤٢.١٪) ١٠٢	(١٣.٢٪) ٣٢	(٨.٣٪) ٢٠	٪(١٠٠) *٢٤٢

(*) إجمالى عدد أفراد العينة ٢٤٩ ولكن احجم سبعة منهم عن إجابة السؤال الخاص بمشاهدة التليفزيون ومستوى الدخل.

قلت نسبة غير المشاهدين. كذلك يبين الجدول أن من بين ذوى الدخل ٤٠ جنيهاً فأكثر شهريا نسبة ٣٣.٣٪ تم تصنيفهم تحت المستوى المرتفع لمشاهدة التليفزيون وهذه النسبة تزيد على المستوى المرتفع من باقى الفئات الأخرى.

وعلى العكس من ذلك تماماً فإن أعلى نسبة بين ذوى الدخل أقل من ٢٠ جنيهاً شهرياً بلغت ٥١.٥٪ وهى تتمثل فيمن لا يشاهدون التليفزيون.

وقد يكون من أسباب ظهور البيانات المشار إليها أن ذوى الدخول المرتفعة نسبياً، قد يمتلكون أجهزة تليفزيون وبالتالى فإنه يمكن لهم مشاهده برامجه بسهولة ومن ثم يرتفع مستوى تعرضهم. فى حين أن ذوى الدخول المنخفضة، نسبياً، قد لا يمتلكون أجهزة تليفزيون، وبالتالى فإنه ليست لديهم الفرصة لمشاهدة التليفزيون فى منازلهم أو أنهم يعتمدون فى مشاهدته على الغير أى عن طريق المشاهدة الجماعية فى الأماكن العامة أو فى بيوت أصدقائهم الأمر الذى يحد من مدى تعرضهم للتليفزيون.

الجدول رقم ١٠ (أ)

مدي الاستماع الي الراديو مقارنا بمعرفة القراءة والكتابة

المعرفة * / المـــدى	لا يستمعون	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالى
أميـــون	(٧.٢٪) ١١	(٢٤.١٪) ٣٧	(٤٣.٢٪) ٦٦	(٢٥.٥٪) ٣٩	(١٠٠٪) ١٥٣**
يعرفون القراءة والكتابة	(-٪) -	(٣٧.٥٪) ٣٦	(٤١.٧٪) ٤٠	(٢٠.٨٪) ٢٠	(١٠٠٪) ٩٦
إجمالـــى	(٤.٤٪) ١١	(٢٩.٣٪) ٧٣	(٤٢.٦٪) ١٠٦	(٢٣.٧٪) ٥٩	(١٠٠٪) ٢٤٩

(*) تم حساب النسب المئوية لكل فئة على حدة - فى هذا الجدول وفى الجداول المتقدمة - لأهمية ذلك فى إجراء المقارنة بين الفئتين (يعرفون القراءة والكتابة أو أميون).

(**) أضفنا عدد الذين يعرفون القراءة فقط (٢٣فرد) إلى الأميين حتى نظهر المتعلمين وحدهم (وهم الذين يعرفون القراءة والكتابة) مما يساعدنا على تحليل مستمعى الإذاعة والبرامج المختلفة.

فإذا انتقلنا إلى مقارنة القراءة والكتابة والتعرض للوسائل الألكترونية نجد أن الجدول رقم ١٠ (أ) بشأن الاستماع إلى الراديو ومعرفة القراءة والكتابة يبين أن نسبة ٢٥.٥٪ من الأميين من ذوى المستوى المرتفع للاستماع، بينما يقابلهم فى ذات المستوى ٢٠.٨٪ ممن يعرفون القراءة والكتابة. وعلى العكس، فعند المستوى المنخفض للاستماع بلغت نسبة الذين يعرفون القراءة والكتابة ٣٧.٥٪ فى مقابل ٢٤.١٪ من الأميين أى أن الاستماع المنخفض بين الأميين أقل منه بين من يعرفون القراءة.

وعلى ذلك فيمكن القول أن الأميين يتعرضون إلى الراديو أكثر قليلا من تعرض المتعلمين (الذين يعرفون القراءة والكتابة) له. وقد يكون السبب فى ذلك أن من يعرف القراءة والكتابة يقسم أوقات التعرض لوسائل الإعلام بين الوسائل المطبوعة وبين الوسائل الألكترونية.

الجدول رقم ١٠(ب)

التعرض للتلفزيون مقارنا بمعرفة القراءة والكتابة

المدى / المعرفة	لايشاهدون	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالى
أميون	(٥٠٪) ٧٣	(٣٨.٤٪) ٥٦	(٦.٨٪) ١٠	(٤.٨٪) ٧	(١٠٠٪) ١٤٦
يعرفون القراءة والكتابة	(١٥.٥٪) ١٥	(٤٨٪) ٤٦	(٢٣٪) ٢٢	(١٣.٥٪) ١٣	(١٠٠٪) ٩٦
إجمالى	(٣٦.٤٪) ٨٨	(٤٢.١٪) ١٠٢	(١٣.٢٪) ٣٢	(٨.٣٪) ٢٠	(١٠٠٪) ٢٤٢*

(*) إجمالى عدد أفراد العينة ٢٤٩، أحجم سبعة عن الإجابة على السؤال الخاص بالتعرض إلى التليفزيون.

ويختلف الوضع فيما يتصل بالتعرض إلى التليفزيون ومعرفة القراءة والكتابة. فيوضح الجدول رقم ١٠ (ب) أن ٥٠٪ من الأميين لا يشاهدون التليفزيون فى مقابله ١٥٪ فقط ممن يعرفون القراءة والكتابة. كما يظهر الجدول أيضاً أنه فى كل المستويات، المرتفعة والمتوسطة والمنخفضة للمشاهدة، ترتفع نسبة مدى مشاهدة من يعرفون القراءة والكتابة عن الأميين. وكما هو معلوم فإن مشاهدة التليفزيون لا تتطلب مهارات القراءة والكتابة، إلا أن ظهور هذه البيانات قد يرجع إلى أن من

الجدول رقم ١١ (أ)

الاستماع الي الراديو مقارنا بالسن

المدى / السن*	لا يستمعون	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالى
السن بين ٢٠ – ٢٩ سنة	(-٪) -	(٪١٦.٩) ٩	(٪٤٣.٤) ٢٣	(٪٣٩.٧) ٢١	(٪١٠٠) ٥٣
السن بين ٣٠ – ٣٩ سنة	(٪٢.٧) ٢	(٪٣٠.٦) ٢٢	(٪٤١.٧) ٣٠	(٪٢٥) ١٨	(٪١٠٠) ٧٢
السن بين ٤٠ – ٤٩ سنة	(٪٤.٨) ٣	(٪٣٠.١) ١٩	(٪٤٧.٦) ٣٠	(٪١٧.٥) ١١	(٪١٠٠) ٦٣
السن بين ٥٠ – ٥٩ سنة	(٪٧.٥) ٣	(٪٣٧.٥) ١٥	(٪٤٢.٥) ١٧	(٪١٢.٥) ٥	٪(١٠٠) ٤٠
السن ٦٠ فاكثر	(٪١٤.٤) ٣	(٪٣٨) ٨	(٪٢٨.٦) ٦	(٪١٩) ٤	٪(١٠٠) ٢١
إجمالى	(٪٤.٤) ١١	(٪٢٩.٤) ٧٣	(٪٤٢.٥) ١٠٦	(٪٢٣.٧) ٥٩	٪(١٠٠) ٢٤٩

(*) تم حساب النسب المئوية لكل فئة على حدة.

يعرفون القراءة والكتابة لديهم أعمال أفضل ومستوى دخل أعلى وبالتبعية فإنهم يمتلكون أجهزة للتليفزيون ومن ثم فإن مدى تعرضهم له يكون أكبر.

ومن المحتمل أن تكون العلاقة بين السن والتعرض للوسائل الألكترونية واحدة من العلاقات الأكثر إثارة فى كل سلوك الاتصال. ومن غير العسير أن نجد أن معظم المعجبين بالوسائل الألكترونية من بين الشباب. إذ أنه كلما صغر سن الفرد قلت مسئولياته الشخصية والاجتماعية، وبالتالى فإنه يكون لدى هؤلاء الشباب وقت فراغ أكبر. ويبين الجدول رقم ١١ (أ) مدى الاستماع إلى الراديو مقارناً بالسن.

ويظهر أن نسبة المستمعين إلى الراديو، «استماع مرتفع» من فئة السن بين ٢٠-٢٩ سنة قد بلغت ٣٩.٧٪ وهى أعلى نسبة للاستماع المرتفع بين مختلف فئات السن.

كما يبين الجدول أن نسبة الاستماع المتوسط بلغت فى فئة السن من ٤٠-٤٩ سنة ٤٧.٦٪ وهى تمثل أعلى نسبة للاستماع فى هذه الفئة وفى غيرها من الفئات.

كذلك يبين الجدول أن أعلى نسبة فى فئة السن ٦٠ سنة فأكثر قد بلغت ٣٨٪ وتم تصنيفها تحت المستوى المنخفض للاستماع وهى أعلى من نسب المستوى المنخفض فى فئات السن الأخرى.

كما يشير الجدول أيضاً، وبوضوح، إلى أنه كلما زاد السن كلما زادت نسبة من لا يستمعون إلى الراديو.

ويعطى الجدول رقم ١١ (ب) بخصوص التعرض للتليفزيون مقارناً بالسن بيانات إحصائية مقارنة. حيث يظهر هذا الجدول أن نسبة ١٤٪، ١٨٪ من فئة السن بين ٢٠-٢٩ سنة من ذوى المستوى المرتفع والمتوسط للمشاهدة على التوالى، هذا ويقل التعرض عن ذلك فى فئات السن الأخرى. كما يبين الجدول أيضاً أن أعلى نسبة فى فئة السن بين ٣٠-٣٩ سنة بلغت ٥١.٤٪ وأعلى نسبة فى فئة السن بين ٤٠-٤٩ سنة بلغت ٣٩.٧٪ وهاتان النسبتان لذوى المستوى المنخفض للمشاهدة. كذلك يبين الجدول نفسه أن أعلى نسبة فى فئة السن بين ٥٠-٥٩ سنة قد بلغت ٥٩٪ وأعلى نسبة فى فئة السن ٦٠سنة فأكثر بلغت ٥٥٪ وهما لمن لا يشاهدون التليفزيون.

ويمكن أن نستنتج مما تقدم أنه كلما كبر الناس فى السن فإن وقتهم قد يتصرف إلى واجبات ومسئوليات، إما مفروضة عليم أو مكلفين بها، مما يؤدى إلى انخفاض مدى تعرضهم للتليفزيون كما أن كبر السن قد يقلل من الرغبة للتعرض.

الجدول رقم ١١ (ب)

التعرض الي التليفزيون مقارنا بالسن

المدى / السن (*)	لا يشاهدون	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالى(*)
السن بين ٢٠ - ٢٩ سنة	(٢٨٪) ١٤	(٤٠٪) ٢٠	(١٨٪) ٩	(١٤٪) ٧	(١٠٠٪) ٥٠
السن بين ٣٠ - ٣٩ سنة	(٢٢.٩٪) ١٦	(١٥.٤٪) ٣٦	(١٥.٧٪) ١١	(١٠٪) ٧	(١٠٠٪) ٧٠
السن بين ٤٠ - ٤٩ سنة	(٣٨.١٪) ٢٤	(٣٩.٧٪) ٢٥	(١٤.٣٪) ٩	(٨.١٪) ٥	(١٠٠٪) ٦٣
السن بين ٥٠ - ٥٩ سنة	(٥٩٪) ٢٣	(٣٣.٣٪) ١٣	(٥.١٪) ٢	(٢.٦٪) ١	٪(١٠٠) ٣٩
السن ٦٠ فاكثر	(٥٥٪) ١١	(٤٠٪) ٨	(٥٪) ١	(-٪) -	٪(١٠٠) ٢٠
إجمالى	(٣٦.٤٪) ٨٨	(٤٢.١٪) ١٠٢	(١٣.٢٪) ٣٢	(٨.٣٪) ٢٠	٪(١٠٠) ٢٤٢(**)

(*) إجمالى عدد أفراد العينة ٢٤٩ أحجم سبعة منهم عن الإجابة على السؤال الخاص بالتعرض إلى التليفزيون وأجاب ٢٤٢ فقط.

(**) حسبنا النسب لكل فئة على حدة وليس لمجموعة اعينة لأهمية ذلك فى حصر كل فئة وحدها.

أما عن الجنس فنجد أن اختلاف درجة تعرض الجنسين فيه يعتبر السمة المميزة لجمهور الوسائل الالكترونية. ولكن كما سبق أن أوضحنا فان نسبة النساء فى عينة الاستقصاء فى دراستنا لا تمثل عموم النساء فى قرية قها.

لذلك فقد أعددنا هذا الجدول، وباقى الجداول فى هذا الكتاب لكى، تساعدنا فى التمييز بين خصائص الجمهور، دون أن نفترض فيها أن تكون ممثلة لكل الجمهور بدرجة كاملة أو بنسبة ١٠٠٪.

هذا ويبين الجدول رقم ١٢ (أ) أن أعلى نسبة من النساء بلغت ٤١.٧٪ وهى تمثل المستوى المرتفع للاستماع. وهذا المستوى أعلى من المستوى المماثل له عند الرجال. ومن جهة أخرى، فإن الرجال فى المستوى المنخفض للاستماع بلغت نسبتهم ٣٠.٤٪ وهى أعلى من مستوى الاستماع المماثل لدى النساء. ويعنى ذلك أن النساء أكثر تعرضاً للراديو من الرجال.

الجدول رقم ١٢ (أ)

مدي الاستماع الي الراديو مقارنا بالجنس

المدى / الجنس	لا يستمعون	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالى
رجال	(٤.٥٪) ٩	(٣٠.٤٪) ٦١	(٤٥.٧٪) ٩٢	(١٩.٤٪) ٣٩	(١٠٠٪) ٢٠١
نساء	(٤.١٪) ٢	(٢٥٪) ١٢	(٢٩.٢٪) ١٤	(٤١.٧٪) ٢٠	(١٠٠٪) ٤٨
إجمالى	(٤.٤٪) ١١	(٢٩.٣٪) ٧٣	(٤٢.٦٪) ١٠٦	(٢٣.٧٪) ٥٩	(١٠٠٪) ٢٤٩

(*) تم حساب النسب المئوية لكل فئة على حدة لأهمية ذلك فى المقارنة.

الجدول رقم ١٢ (ب)

مدي التعرض الي التليفزيون مقارنا بالجنس

المدى / الجنس	لا يشاهدون	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالى
رجال	(٣٩.٨٪) ٨٧	(٤٠.٨٪) ٨٠	(١٢.٢٪) ٢٤	(٧.٢٪) ١٤	(١٠٠٪) ١٩٦
نساء	(٢١.٧٪) ١٠	(٤٧.٨٪) ٢٢	(١٧.٥٪) ٨	(١٣٪) ٦	(١٠٠٪) ٤٦
إجمالى	(٣٦.٤٪) ٨٨	(٤٢.١٪) ١٠٢	(١٣.٢٪) ٣٢	(٨.٣٪) ٢٠	(١٠٠٪) ٢٤٢**

وبصفة عامة يتبين لنا مما تقدم أن مالكى أجزة الراديو والتليفزيون أكثر استهلاكا للوسائل الألكترونية، أى أكثر تعرضاً لها، من غير الملاك. كذلك فإن العمال أكثر استهلاكاً للوسائل الألكترونية من الفلاحين وغيرهم من ذوى المهن الأخرى، والنساء أكثر فى ذلك من الرجال. وبالإضافة إلى هذا فان كمية الاستماع إلى الراديو (فترة الاستماع) تقل بزيادة الدخل والتعليم والسن ومن ناحية أخرى فان كمية مشاهدة (فترة المشاهدة) التليفزيون تزيد كلما زاد المستوى التعليمى والدخل ولكن على غرار الراديو، فان مشاهدة التليفزيون تقل كلما زاد السن.

إذن يمكن القول أن بيانات المسح تؤكد أن تعرض الفرد إلى الوسائل الألكترونية يتحدد جزئياً بالخصائص الخلفية للفرد .

(*) إجمالى عدد أفراد العينة ٢٤٩ أحجم خمسة رجال وامراتان عن الإجابة على السؤال الخاص بالتعرض إلى التليفزيون وأجاب ٢٤٢ فقط.

(**) تم حساب النسب المئوية لكل فئة على حدة لأهمية ذلك فى المقارنة.

مدي التعرض لوسائل الاعلام المطبوعة:

نتناول فيما يلي مدى التعرض لوسائل الإعلام المطبوعة. ويمكن القول، بالرجوع إلى بيانات الدراسة الميدانية، أن التعرض للصحف هو تعرض منخفض، وذلك بالمقارنة إلى التعرض للراديو والتليفزيون. وهو يدل على ارتفاع معدل الأمية نسبياً، إذ أن ٤٣.٨٪ فقط من أفراد العينة، ١٠٩ فرد، يقرأون الصحف، وأن ١٦.٥٪، ٤١ فردا، يقوم الغير بقراءة الصحف لهم، أى أنهم يتعرضون بصورة غير مباشرة إلى الصحف، بينما ٣٩.٧٪، ٩٩ فرد، لا يتعرضون إلى الصحف (جدول رقم ١٣).

هذا وقد وجد عودة، من الدراسة التي قام بها، أن ٢٤٪ يقرأون الصحف بانتظام، وأن ٤٢.٧٪ يقرأونها أحياناً، وأن ٣٣.٢٪ لا يقرأون الصحف. كما وجد أيضا أن نسبة قراء الصحف منخفضة بوجه عام إذا قورنت بالاستماع إلى الراديو(١).

وقد تم سؤال أفراد عينة البحث الذى أجرى فى قها عن مدى تعرضهم إلى الصحف، وماذا كانت طريقتهم فى الاستقبال. بمعنى هل يقرأون بأنفسهم مباشرة، أم أن الغير يقرأ لهم؟ كذلك تم سؤالهم عما إذا كان يشترون صحفهم. وقد قصرنا أسئلتنا فى ها المجال على هؤلاء الذين تعرضوا للصحف سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة.

ولقد أظهرت بيانات المسح الذى أجريناه أن طريقة التعرض تحدد درجة قراءة الصحف كما سنوضحه فيما بعد.

ويظهر الجدول رقم ١٣ أن الذين يقرأون الصحف بأنفسهم، أى يتعرضون مباشرة، يمثلون ٧٢.٧٪ من المبحوثين، وأن ٤٤٪ تعرض مباشر عند المستوى المرتفع للقراءة، ١٧.٣٪ من ذوى المستوى المتوسط للقراءة، بينما أن ١١.٤٪ فقط

---

(١) عوده، المصدر السابق، ١٩٧١، ص ٣٢١.

من ذوى المستوى المنخفض للقراءة. ومن ناحية أخرى فان الذين يقرأ الغير لهم الصحف، أى يتعرضون للصحف بشكل غير مباشر، يمثلون ٢٧.٣٪، وأن ١٩.٣٪ يمثل تعرض مباشر عند المستوى المنخفض للقراءة، بينما ٢.٧٪ فقط من ذوى المستوى المتوسط للقراءة وأن ٥.٣٪ فقط من ذوى المستوى المرتفع للقراءة.

الجدول رقم ١٣

مدي التعرض للصحف مقارنا بطريقة التعرض

المــدى / الطريقة	منخفض (*)	متوسط(**)	مرتفع(***)	إجمالى
تعرض مباشر	(١١.٤٪) ١٧	(١٧.٣٪) ٢٦	(٤٤٪) ٦٦	(٧٢.٧٪) ١٠٩
تعرض غير مباشر	(١٩.٣٪) ٢٩	(٢.٧٪) ٤	(٥.٣٪) ٨	(٢٧.٣٪) ٤١(١)
إجمالى	(٣٠.٧٪) ٤٦	(٢٠٪) ٣٠	(٤٩.٣٪) ٧٤	(١٠٠٪) ١٥٠(٢)

ولاختيار العلاقة بين مدى التعرض للصحف مقارناً بطريقة التعرض استخدمنا اختبار كا٢ الذى أظهر أن كا٢ المحسوبة فى بيانات العينة كانت ٤٠,٠٢

(*) منخفض = يقرأ الصحف مرة واحدة فى الأسبوع.

(**) متوسط = يقرأ الصحف أكثر من مرة فى الأسبوع.

(***) مرتفع = يقرأ الصحف كل يوم.

(١) يلاحظ أنه تبين من ردود الاستقصاء أن عدد الذين يعرفون القراءة فقط يبلغ ٢٣ منهم ثلاثة عشر يستطيعون القراءة مباشرة والباقى يتعرضون بطريقة غير مباشرة لأنهم يتعبون من القراءة كما أن ٣١ فرداً فقط من الأميين يتعرضون القراءة بطريقة غير مباشرة . (هامش جدول رقم ٤).

(٢) كما تم استبعاد ٩٩ فرداً لعدم تعرضهم للصحف.

بينما كانت كا٢ المجدولة لدرجتين حرية وعند مستوى معنوى ٠٠٥ ، تساوى ٥.٩٩ مما يدل على أنه يوجد فرق معنوى فى مدى التعرض للصحف بين الذين يقرأون الصحف بأنفسهم وبين الذين يقرأ الغير لهم.

وفى الحقيقة فإن نتائج الاستقصاء عن انخفاض درجة التعرض غير المباشر عن التعرض المباشر تتفق ومنطق الأمور. إذا أن إعتماد الشخص فى القراءة على آخرين أمر يصعب أن يتم يومياً وباستمرار، بعكس الحال فى التعرض المباشر.

ومن هنا نخلص إلى أن درجة التعرض إلى الصحف تتحد جزئياً بطريقة التعرض.

وعلاوة على ذلك أظهر المسح الذى أجرى فى قها أن الذين يشترون الصحف هم الذين يقرأونها بانتظام. ويشير الجدول رقم ١٤، بشأن الملكية ومدى قراءة الصحف، إلى أن ٦٦٪ ممن يتعرضون إلى الصحف يشترونها (يمتلكونها)، وأن ٤٦٪ من أفراد العينة الذين يشترون الصحف من ذوى المستوى المنخفض للقراءة، ١٤٪ من المستوى المستوسط للقراءة، ٦٪ من ذوى المستوى المرتفع للقراءة، كذلك يشير الجدول إلى أن ٣٤٪ لا يشترون الصحف ولكنهم يتعرضون لها سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة. وقد قالوا فى ردودهم أنهم يقرأون فى المكتبات أو فى المقاهى أو أينما تحتشد الجماعة. وهذا النوع من القراءة شائع فى قرى البلدان النامية الأخرى. وتوضح البيانات أن ٢٤.٧٪ من أفراد العينة الذين لا يشترون الصحف من ذوى المستوى المنخفض للقراءة، و٦٪ من ذوى المستوى المتوسط للقراءة، بينما تبلغ نسبة ذوى المستوى المرتفع للقراءة ٣.٣٪ فقط. ويمكن أن نستنتج من ذلك أن المشترين للصحف أكثر قراءة من غير المشترين.

ولاختبار العلاقة بين ملكية الصحيفة ومدى التعرض للصحف، استخدمنا إختبار كا٢ الذى أظهر أن كا٢ المحسوبة فى بيانات العينة كانت ٦٦.٥٧ بينما كانت كا٢ المجدولة لثلاث درجات حرية وعند مستوى ٠٠٥ ، تساوى ٥.٩٩١٤٧ مما يدل على أنه يوجد فرق معنوى فى مدى التعرض للصحف بين من يمتلكون الصحيفة ومن لا يمتلكونها.

ومن ذلك يمكن أن نخلص إلى أن مدى تعرض الفرد للصحيفة يتحدد جزئياً بملكية الصحيفة.

الخصائص الخلفية لأفراد العينة والتعرض إلي الصحف :

أظهرت بيانات هذا المسح بخصوص قراءة القرويين للصحف أن الخصائص الخلفية للفرد تحدد جزئياً مدى تعرضه للوسائل المطبوعة.

الجدول رقم (١٤)

مدي التعرض للصحف مقارنا بالملكية

الملكية / المدى	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالى
لا يملكون	(٢٤.٧٪) ٣٧	(٦٪) ٩	(٣.٣٪) ٥	(٣٤٪) ٥١
يملكون	(٦٪) ٩	(١٤٪) ٢١	(٤٦٪) ٦٩	(٦٦٪) ٩٩
إجمالى	(٣٠.٧٪) ٤٦	(٢٠٪) ٣٠	(٤٩.٣٪) ٧٤	(١٠٠٪) ١٥٠(*)

فقد تبين فيما يتعلق بالمهنة وقراءة الصحف أن الفلاحين أقل تعرضاً للصحف من العمال أو غيرهم من ذوى المهن الأخرى، ويرجع ذلك إلى النسبة العالية للأمية بين الفلاحين. فبالرجوع للجدولين رقمى ٣ ، ١٥ نجد أن ٦٥.٥٪ من الفلاحين، ٦٥ فرداً، لا يتعرضون لصحف، بينما أن نظائرهم من العمال تبلغ نسبتهم ٢٢.٧٪،

(*) تم إستبعاد ٩٩ فرداً من العينة لأنهم لا يتعرضون للصحف.

٢٠ فرداً، ومن الآخرين ٦ . ٢٢٪، ١٤ فرداً، وطالما أن تركيزنا على الذين يتعرضون للوسائل المطبوعة، فقد استبعدنا غير المتعرضين من جدولنا . ويوضح الجدول رقم ١٥ أن ٩ . ٥٥٪ من الفلاحين المتعرضين للصحف من ذوى المستوى المنخفض للقراءة، وأن ٦ . ٢٠٪ من ذوى المستوى المتوسط، ٥ . ٢٣٪ من ذوى المستوى المرتفع. وبالنسبة للعمال فإن أغلبهم من ذوى المستوى المرتفع للقراءة بنسبة ٦ . ٤٥٪، كذلك فإن النسبة الكبرى لفئة «آخرون» هى لذوى المستوى المرتفع وقد بلغت ٩ . ٧٢٪.

وهناك عدة أسباب لظهور نتيجة الاستقصاء بهذا الجدول. فعلى سبيل المثال نجد أن المزارعين والفلاحين يعودون إلى ديارهم بعد يوم عمل شاق يبحثون عن الراحة والترفيه، الأمر الذى يجدونه فى الاستماع إلى الراديو، مثلا، وبالتالى فإن درجة تعرضهم للصحف تكون أقل.

الجدول رقم (١٥)

التعرض للصحف مقارنا بالمهنة

المدى / المهنة	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالى (*)
فلاحون	(٩ . ٥٥٪) ١٩	(٦ . ٢٠٪) ٧	(٥ . ٢٣٪) ٨	(١٠٠٪) ٣٤
عمال	(٤ . ٢٩٪) ٢٠	(٢٥٪) ١٧	(٦ . ٤٥٪) ٣١	(١٠٠٪) ٦٨
آخرون	(٦ . ١٤٪) ٧	(٥ . ١٢٪) ٦	(٩ . ٧٢٪) ٢٥	(١٠٠٪) ٣٨
إجمالى	(٧ . ٣٠٪) ٤٦	(٢٠٪) ٣٠	(٣ . ٤٩٪) ٧٤	(١٠٠٪)(**) ١٥٠

(*) استبعد عدد ٩٩ فرداً من الجدول وهم من لم يتعرضوا للصحف.

(**) تم حساب النسب المئوية لكل فئة على حدة لأهمية ذلك فى المقارنة.

وفيما يتعلق بالحالة الاقتصادية والتعرض للصحف، يوضح الجدول رقم ١٦ أنه كلما تيسرت الحالة الاقتصادية كلما زاد التعرض المرتفع عن باقى أنواع التعرض والعكس صحيح غالباً. فالبنسبة لذوى الدخل ٤٠ جنيه فأكثر شهرياً يتعرض معظمهم (٧٠.٤٪) بالمستوى المرتفع وأن ذوى الدخل أقل من ٢٠ جنيه فإن أكثرهم (٤٧.٤٪) بالمستوى المنخفض.

الجدول رقم (١٦)

التعرض للصحف مقارنا بالدخل

المدى / الدخل	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالى (*)
أقل من ٢٠ جنيه شهريا	(٤٧.٤٪) ٢٨	(١٧٪) ١٠	(٣٥.٦٪) ٢١	(١٠٠٪) ٥٩
بين ٢٠-٢٩ جنيه شهريا	(١٨.٢٪) ٦	(٣٠.٣٪) ١٠	(١٥.٥٪) ١٧	(١٠٠٪) ٣٣
بين ٣٠ - ٣٩ جنيه شهريا	(٣٢.٣٪) ١٠	(١٢.٩٪) ٤	(٥٤.٨٪) ١٧	(١٠٠٪) ٣١
٤٠ جنيه فأكثر شهريا	(٧.٤٪) ٢	(٢٢.٢٪) ٦	(٧٠.٤٪) ١٩	(١٠٠٪) ٢٧
إجمالى	(٣٠.٧٪) ٤٦	(٢٠٪) ٣٠	(٤٩.٣٪) ٧٤	(١٠٠٪)(**) ١٥٠

ومعرفة القراءة والكتابة تلعب دوراً كبيراً فيما يتعلق بمدى التعرض للوسائل المطبوعة. فإذا نظرنا إلى الجدول رقم ١٧ نجد أن معرفة القراءة والكتابة تمكن الفرد

(*) استبعد عدد ٩٩ فرداً من الجدول وهم من لم يتعرضوا للصحف.

(**) تم حساب النسب المئوية لكل فئة على حدة لأهمية ذلك فى المقارنة.

من الحصول على مستوى عال مرتفع من التعرض للوسائل المطبوعة. ذلك أن ٦٦.٧٪ من أفراد العينة الذين يقرأون ويكتبون، يقرأون الصحف يومياً بدرجة مرتفعة. وأن ٢٣.٢٪ ممن يعرفون القراءة والكتابة من ذوى التعرض المتوسط للصحف، بينما ١٠.١٪ فقط من ذوى التعرض المنخفض للصحف. فى حين أن ٧٠.٦٪ من الأميين من ذوى المستوى المنخفض للتعرض للصحف، وأن ٢٩.٤٪ فقط من ذوى المستوى المتوسط والمرتفع للتعرض للوسائل المطبوعة. ويحتمل أن تكون نتيجة الاستقصاء هذه وليدة الصعوبة التى قد يعانيها الأميون فى إيجاد شخص يقرأ لهم الصحف بصفة منتظمة أو فى أوقات معينة كل يوم.

الجدول رقم (١٧)

التعرض للصحف مقارنا بالقراءة والكتابة

المدى / المعرفة (*)	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالى (**)
أميون	(٧٠.٦٪) ٣٦	(١٣.٧٪) ٧	(١٥.٧٪) ٨	(١٠٠٪) ٥١
يعرفون القراءة والكتابة ***	(١٠.١٪) ١٠	(٢٣.٢٪) ٢٣	(٦٦.٧٪) ٦٦	(١٠٠٪) ٩٩
إجمالى	(٣٠.٧٪) ٤٦	(٢٠٪) ٣٠	(٤٩.٣٪) ٧٤	(١٠٠٪) ١٥٠

(*) استبعد عدد ٩٩ فرداً من الجدول لأنهم لا يتعرضون للصحف.

(*) تم حساب النسب المئوية لكل فئة على حدة لأهمية ذلك فى المقارنة.

(***) أضفنا إلى الذين يعرفون القراءة والكتابة ثلاثة يقرأون ولكنهم يكتبون بدرجة ضعيفة.

(يرجع إلى الملاحظة على الجدول رقم ٤) حتى نجمع كل من يمكنه الكتابة لاستبيان العلاقة على أساس شامل.

وبالنسبة للسن ومدى التعرض للصحف، يستدل من الجدول رقم ١٨ أن هناك تقارب، نسبي، في درجات القراءة بين مستويات السن المختلفة. إلا أنه يمكن ملاحظة انخفاض المعدلات المرتفعة لقراءة الصحف بعد سن ٤٩ سنة. فنجد أن في فئة السن بين ٤٠-٤٩سنة ٥٥.٥٪ يقرأون الصحف بمستوى مرتفع (أي يومياً)، وأن درجة القراءة هذه تنخفض إلى ٤٧.١٪ بعد سن ٥٠ سنة. وكذلك يظهر الجدول أن ٣٤.٥٪ من فئة السن بين ٢٠-٢٩ سنة من ذوي المستوى المنخفض للتعرض للصحف. أما فئات السن الأخرى فإن درجة تعرضها المنخفض أقل من ذلك.

ومن ثم فإنه يمكن القول بأن درجة القراءة ترتفع إلى حدود معينة، كلما ارتفع السن.

الجدول رقم (١٨)
التعرض للصحف مقارنا بالسن

المدى / السن	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي
بين ٢٠ - ٢٩ سنة	(٣٤.٥٪) ١٠	(٢٠.٧٪) ٦	(٤٤.٨٪) ١٣	(١٠٠٪) ٢٩
بين ٣٠ - ٣٩ سنة	(٢٩.٤٪) ١٥	(٢١.٦٪) ١١	(٤٩٪) ٢٥	(١٠٠٪) ٥١
بين ٤٠ - ٤٩ سنة	(٣٠.٦٪) ١١	(١٣.٩٪) ٥	(٥٥.٥٪) ٢٠	(١٠٠٪) ٣٦
٥٠ سنة فاكثر (*)	(٢٩.٤٪) ١٠	(٢٣.٥٪) ٨	(٤٧.١٪) ١٦	(١٠٠٪) ٣٤
إجمالي	(٣٠.٧٪) ٤٦	(٢٠٪) ٣٠	(٤٩.٣٪) ٧٤	(١٠٠٪) ١٥٠

(*) أدمجنا فئتي السن (٥٠-٥٩)، (٦٠فاكثر) معاً حيث أن فئة (٦٠فاكثر) قليلة العدد، ولإحداث توازن مع أعداد باقي الفئات ومن ثم أصبحت الفئة (٥٠ فاكثر).

وبمقارنة درجة القراءة والجنس، يتضح من الجدول رقم ١٩ أن الذكور أكثر قراءة من الإناث. ويهمنا إعادة التنويه بأن هذا الجدول يحسن ألا يعتمد عليه كأساس لإيجاد مقارنة حقيقية بين الذكور والإناث، للأسباب السابق ذكرها بشأن تمثيل النساء في العينة. ومع ذلك فهي مجرد محاولة للمقارنة بين أرباب الأسر ورباتها.

الجدول رقم (١٩)

التعرض للصحف مقارنا بالجنس

المدى / الجنس *	منخفض	متوسط	مرتفع	إجمالي(*)
ذكـور	(٢٨.٧٪) ٣٥	(١٩.٧٪) ٢٤	(٥١.٦٪) ٦٣	(١٠٠٪**) ١٢٢
إنـاث	(٣٩.٢٪) ١١	(٢١.٥٪) ٦	(٣٩.٣٪) ١١	(١٠٠٪) ٢٨
إجمالي	(٣٠.٧٪) ٤٦	(٢٠٪) ٣٠	(٤٩.٣٪) ٧٤	(١٠٠٪) ١٥٠

ويظهر الجدول أن أكبر عد من الذكور من المستوى المرتفع للقراءة (٥١.٦٪) يقابله عدد أقل من الإناث (٣٩.٣٪). كما أن مدى التعرض المنخفض للقراءة في الذكور أقل منه في النساء.

وعلى ضوء البيانات المتقدمة، يمكن أن نخلص إلى ما يلي:

لقد وجدنا، بصفة عامة، أن من يمتلكون (يشترون) الصحف أكثر قراءة لها من غير المالكين، وأن كمية (فترة) القراءة تتزايد بزيادة السن، والتعليم، والحالة الاقتصادية.

(*) استبعد عدد ٩٩ فرداً من الجدول لأنهم لا يتعرضون للصحف.

(**) تم حساب النسبة المئوية لكل فئة على حدة لأهمية ذلك في المقارنة .

كما أن القراءة تتزايد بسرعة حتى تصل إلى ذورتها فى سن ما بين الأربعين والخمسين، ثم تتناقص بعد ذلك بصورة طفيفة. وكذلك فإن العمال أكثر قراءة من الفلاحين، والذكور أكثر قراءة من الإناث.

ومن ثم يمكننا القول بأن مدى تعرض الفرد لوسائل الإعلام يتحدد جزئياً بطريقة الاستقبال، خاصة أو عامة، مباشرة أو غير مباشرة، وبالوسيلة المستخدمة سواء كانت الراديو أو التليفزيون أو الصحافة، وبالخصائص الخلفية للفرد مثل الملكية والمهنة ومستوى الدخل ومعرفة القراءة والكتابة والسن والجنس.

بيانات مقارنة بشأن التعرض لبعض وسائل الاعلام :

هذا وهناك ثلاث دراسات أخرى تعطينا بيانات متقاربة عن تعرض القرويين لوسائل الإعلام. وقد أجريت إحداها فى عام ١٩٥٦ والأخرى فى عام ١٩٦٠، وكلتاهما فى قرى المنوفية بالدلتا. وأما الثالثة فقد أجريت فى عام ١٩٦٧ فى قرية شبرا الجديدة.

ومع أنه هناك اختلاف فى ظروف الدراسات الأربع سواء من ناحية عدد وتشكيل أفراد العينة، أو خصائص وعادات أهل القرية.. إلخ إلا أنها تظهر أن هناك زيادة فى ملكية الراديو بين سنوات ١٩٥٦، ١٩٧٥ متمشية فى ذلك مع الاتجاه القومى والعالمى. وبالرغم من عدم وجود إتجاه واضح فى أرقام قراءة الصحف فى القرى، إلا أننا نلاحظ إنخفاضاً إلى حد ما فى الاتجاه الخاص بمن يستمعون إلى غيرهم ممن يقرأون الصحف لهم.

وفيما يلى بيان مقارن لنتائج هذه الدرسات:

تعرض القرويين لوسائل الإعلام خلال سنة	الخطيب(١)	مليكه(٢)	هاريك (٣)	(٤) شاهيناز طلعت
	١٩٥٦	١٩٦٠	١٩٦٧	٧٤ - ١٩٧٥
نسبة مستمعى الراديو	٥٥ ٪	٧٧ ٪	٩٧ ٪	٩٦ ٪
نسبة ملاك الراديو	-	١٧ ٪	٦١ ٪	٩٤ ٪
نسبة قراء الصحف (تعرض مباشر)	٢٠ ٪	٤٣ ٪	٣١ ٪	٤٣ ٪
نسبة من يستمعون إلى آخرين يقرأون الصحف لهم (تعرض غير مباشر)	-	١٨ ٪	١٧ ٪	١٦ ٪

ردود الفعل تجاه وسائل الاعلام :

بعد أن عرضنا لأهم الجوانب المتعلقة بإجراءات ووسائل الدراسة الميدانية يهمنا أن نسأل ماذا كان رد فعل القرويين تجاه وسائل الإعلام؟.. يمكننا هنا الافتراض بأنه بينما لوسائل الإعلام مخرجات ضخمة إلا أن استهلاك الفرد العادى لها - كما هو واضح من تفضيله بعض البرامج على غيرها - هو مجرد عملية اختيارية.

وقد تم سؤال أفراد عينة مسح قها أن يذكروا نوع البرنامج الذى يفضلون

(١) El Khatib, 1958, op. cit., pp. 357 - 363.

(٢) مليكة: الجماعات والقيادات فى قرية عربية، سرس الليان، مصر، ١٩٦٣، الصفحات ٦٢ - ٦٣.

(٣) Harik, 1974, op. cit., p. 140.

(٤) علامة - تعنى أنه لم يذكر أى رقم عن هذا البيان ومن ثم فإنه لم يتضح فيما إذا كان لم ترد ردود من العينة أو كانت ردودهم بالرفض.

الاستماع إليه أو مشاهدته عن طريق الوسائل الألكترونية، والأبوب التى يفضلون قراءتها فى الصحف.

ويبين الجدول رقم «٢٠»، ما أوضحناه سلفاً، أن ما يختاره جمهور وسائل الإعلام ويهتم به يمكن تفسيره جزئياً بنوع الوسيلة المستخدمة. فالبرامج الدينية تجذب انتباه المجموعة الأعظم من جمهور الراديو والتليفزيون، بينما تجيء هذه الأبواب أو المقالات الدينية فى المرتبة السابعة بالنسبة لقارئى الصحف.

وتحتل البرامج والمقالات السياسية المرتبة الأولى فى الصحف(١) والثانية فى الراديو والتليفزيون. وهذا التفضيل العريض للفقرات السياسية فى كل وسائل الإعلام يعكس ميل القرويين إلى الانفتاح على العالم الخارجى وأنهم ليسوا منعزلين فى مجتمعهم.

وقد احتلت المشاكل الاجتماعية المرتبة الثالثة بين برامج الراديو والتليفزيون والمرتبة الثانية بين الوسائل المطبوعة (الصحف). وهذا الاهتمام بالذات له مغزى رجتماعى وسياسى. وذلك لأن شغل وقت الفراغ قد يكون له تأثير تكاملى على مجتمع القرية. وقد تكون المشاكل الاجتماعية التى تعرضها وسائل الإعلام نوعاً من التعليم (تعليم بديلى) "Vicarious" للقرويين، حيث قد توصل، لهم، الرسائل الظاهرة "Overt" لأى برنامج كثيراً من المعانى الخفية ."Covert". وعندما يملأ القرويين وقت الفراغ فى التعرض لوسائل الإعلام، فإن قادة الرأى يكونوا بذلك قد نقلوا إليه قيما جديدة. إذ أن القرويين يستوعبون الأفكار الجديدة بطريقة لا شعورية، غالباً، وهم يشاهدون المسرحيات والأفلام والمنوعات التى يعرضها التليفزيون. وعلى سبيل المثال، قدم التليفزيون إلى جماهير الريف مشاهد من حياة المدينة التى تعكس، ضمن أشياء أخرى، إتجاهاً تحررياً فى علاقة الرجل بالمرأة سواء فيما قبل الحياة الزوجية أو أثناءها.

(١) يؤيد هذا الرأى ما كتبه مليكه فى عام ١٩٦٣، المصدر السابق، ص ٦٨ ، والخطيب ١٩٥٨، فى المصدر السابق ص ٣٥٩، وHarik فى عام ١٩٧٤ فى المصدر السابق ص ١٤١.

هذا ويسهم تنظيم وقت الفراغ بواسطة وسائل الإعلام كأحد جوانب التغيير الثقافى فيما يلى:

١ - تحقيق الأنماط الثقافية الموحدة فى كل أنحاء الدولة.

٢ - وصل الفجوة بين المجتمعات المحلية والقومية.

٣ - نشر الرسائل السياسية والأيديولوجية(١).

هذا ويمكن أن نستنتج من الدراسة الميدانية نتيجة أخرى ذات دلالة مؤداها أن البرامج الريفية المصممة خصيصاً لجماهير القرى لا تلقى قبولا كبيراً، فالبرامج الريفية احتلت المرتبة الرابعة بين برامج الراديو، والمرتبة الخامسة بين برامج التليفزيون، والمرتبة السادسة بين أبواب الصحافة. وهذا الترتيب يدل، بالإضافة إلى ماذكرناه، على أن أفضليات القرويين لا تختلف كثيراً عن أفضليات سكان الحضر.

وقد قرر من يتتبعون الأخبار الريفية انهم يفعلون ذلك بغرض معرفة السياسة الزراعية القومية واتجاهات أسعار المحاصيل أكثر من استهدافهم تعلم طرق جديدة فى مجال الزراعة.

ومن النتائج الهامة والمشوقة أيضاً، أنه بالرغم من الجهود التى بذلتها الدولة لبدء حملة تنظيم الأسرة وحملة مكافحة الأمية، فإن هاتين الفقرتين قد احتلتا ذيل قائمة أفضليات الجمهور. وسوف نناقش هذا الموضوع، بصورة أكثر تفصيلا، فيما بعد عندما نتناول هاتين المشكلتين.

وقد ظهر بوضوح من هذا الجزء، من الدراسة الميدانية، أنه فى كل الوسائل الثلاث، احتلت البرامج الخاصة بالمشاكل الدولية والسياسية مرتبة مرتفعة وتلتها البرامج الخاصة بالمشاكل الاجتماعية والبرامج الدينية.

---

(1) Harik, 1974, op. cit., p. 141.

الجدول رقم (٢٠)

أفضليات الابواب والبرامج الاعلامية

الوسائل / الأبواب والبرامج	الراديـو	التليفزيون	الصحف
الأخبار السياسية والعالمية والأخبار المحلية	٨٦(١.٣٦٪)	٤٠(٢٦٪)	٨٣(٥٥.٣٪)
المشاكل الاجتماعية	١٦(٦.٧٪)	١٦(١٠.٤٪)	٣١(٢٠.٧٪)
تنظيم الأسرة	٥(٢.١٪)	٤(٢.٦٪)	٢(١.٣٪)
أخبار العمال	٢(٠.٨٪)	٣(٢٪)	٥(٣.٣٪)
الأخبار الزراعية	٨(٣.٤٪)	٧(٤.٥٪)	٥(٣.٣٪)
الأخبار الثقافية والتعليمية	-	٧(٤.٥٪)	١٠(٦.٧٪)
الأخبار الدينية	١٠٨(٤٥.٤٪)	٥٩(٣٨.٣٪)	٣(٢.١٪)
مكافحة الأمية	٥(٢.١٪)	٤(٢.٦٪)	٢(١.٣٪)
برامج أخرى (الفن والترفيه)	٨(٣.٤٪)	١٤(٩.١٪)	٩(٦٪)
إجمالـــى (*)	٢٣٨(١٠٠٪)	١٥٤(١٠٠٪)	١٥٠(١٠٠٪)

والأسباب التى أبداها أفراد العينة لأفضلياتهم، كما يظهرها الجدول رقم ٢١، تعكس نضجاً سياسياً واضحاً واهتماماً إجتماعياً فى القرية، وتعرضاً لطرق جديدة للحياة، وتطوراً من المستوى الفردى إلى المستوى القومى وإلى المستوى الدولى.

وعلاوة على ذلك، فإن الأسباب التى أبداها أفراد العينة بشأن أفضلياتهم

(*) اقتصر الرد على السؤال الخاص بأفضليات البرامج والمقالات على الأفراد الذين يتعرضون لوسائل الإعلام وهم مستمعو الراديو ٢٣٨ فرد ومشاهدوا التليفزيون ١٥٤ فرد وقراء الصحف ١٥٠ فرد.

تعكس الرغبة من جانبهم فى المشاركة فى أوجه نشاط الحياة وفى مشاكلها. وأن وسائل الإعلام لا تعنى بالنسبة لهم مجرد وسيلة للتسلية فقط وإنما هى أساساً وسيلة للتزود بالمعرفة ولتحسن ظروف المجتمع. ويشير الجدول رقم ٢١ إلى أن أكبر عدد من مشاهدى التليفزيون، بنسبة ٦٠.٤٪، صرحوا بأن أهم أسباب تفضيلهم برامج على برامج أخرى هو أن البرامج المفضلة تبين لهم طرقاً جديدة للحياة. بينما نجد أن أكبر عدد من مستمعى الراديو، بنسبة ٧٥.٢٪، وأكبر عدد من قراء الصحف، بنسبة ٦٨.٧٪، صرحوا بأن أهم أسباب تفضيلهم برامج على برامج أخرى هى أنها تعطيهم معلومات جديدة.

الجدول رقم (٢١)

اسباب افضليات الابواب والبرامج الاعلامية

الأبواب والبرامج / الأسباب	الراديو	التليفزيون	الصحف
لأنها تبين لنا طرقاً جديدة للحياة	٣٠(١٢.٦٪)	٩٣ (٦٠.٤٪)	٣٩ (٢٦٪)
تعطى معلومات جديدة	١٧٩(٧٥.٢٪)	٤٤ (٢٨.٦٪)	١٠٣(٦٨.٧٪)
تعالج المشاكل اليومية	٢٧ (١١.٤٪)	٣(١.٩٪)	٢(١.٣٪)
طريفة	١ (٠.٤٪)	١٢(٧.٨٪)	٢(١.٣٪)
للتسلية	١ (٠.٤٪)	٢(١.٣٪)	٤(٢.٧٪)
أسباب أخرى	–	–	–
إجمالـــى (*)	٢٣٨(١٠٠٪)	١٥٤(١٠٠٪)	١٥٠(١٠٠٪)

(*) اقتصر هذا الجدول على مستمعى الراديو ومشاهدى التليفزيون وقراء الصحف.

وبالنسبة لمدى مساهمة وسائل الإعلام (الراديو والتليفزيون والصحافة) فى تعليم الجمهور، أظهر الجدول رقم ٢٢ إيجابية كاملة فى هذا الموضوع حيث تراوحت إجابات أفراد العينة بين ٩١٪-٩٤٪ بأنها مفيدة فى التعليم. كما قرر أفراد العينة أنهم يتعلمون فعلا مما يرون أو يسمعون أو يقرأون فى وسائل الإعلام، وهذا الإدعاء يؤكد للمرة الثانية دور الإعلام فى عملية التعليم ونشر المعلومات.

الجدول رقم (٢٢)

التعلم من وسائل الاعلام

البيان / الوسيلة	الراديو	التليفزيون	الصحف
يتعلم	٢٢٤(٩٤.٢٪)	١٤٥(٩٤.٢٪)	١٣٧(٩١.٤٪)
لا يتعلم	١٤(٥.٨٪)	٩(٥.٨٪)	١٣(٨.٦٪)
إجمالى (*)	٢٣٨(١٠٠٪)	١٥٤(١٠٠٪)	١٥٠(١٠٠٪)

وحول مساهمة وسائل الإعلام فى إرضاء رغبات الناس، يظهر الجدول رقم ٢٣ أن ٦٩.٧٪ من مستمعى الراديو، ٥٩.٣٪ من مشاهدى التليفزيون، ٦٣.٣٪ من قراء الصحف يرون أن وسائل الإعلام ترضى رغبات الناس. كما يبين الجدول بعض المؤشرات المثيرة الهامة عن وسائل الاتصال والمعلومات التى تقدمها.

هذا وتحدد طبيعة ووظيفة كل وسيلة المعلومات أو الموضوعات المتوقع الحصول عليها منها. وعلى سبيل المثال، فإنه لأهمية التليفزيون كوسيلة تعرض المعلومات المفيدة ذكر ١٤.٣٪ من المشاهدين أنه تنقصه المعلومات المفيدة، وهى ثالث

(*) اقتصر هذا الجدول على مستمعى الراديو ومشاهدى التلفزيون وقراء الصحف.

النسب الكبيرة من إجابات العينة، فى حين قلت النسبة للراديو والصحافة (٥ ،٢٪ ، ٧ ،٠ ٪، على التوالى).

كذلك نجد أن ٥ ،١٧٪ من مشاهدى التليفزيون يرون افتقار برامجه إلى المعلومات السياسية بينما لا تتجاوز نسبة من يرون نفس الشىء من قراء الصحف ٧ ،٠٪ ومن مستمعى الراديو ١ ،٢٪. ويعنى هذا أن كلا من الصحافة والراديو قد استخدمنا الأفكار السياسية فى حين أن التليفزيون، وهو الوسيلة الإعلامية الأحدث، ليس قادر على القيام بهذه المهمة.

الجدول رقم (٢٣)
وسائل الاعلام وارضاء رغبات الجمهور

الوسيلة / إرضاء الرغبات	الراديو	التليفزيون	الصحف
نعم ترضى رغبات الناس	١٦٦(٦٩.٧٪)	٩١(٥٩.٣٪)	٩٥(٦٣.٣٪)
ينقصها معلومات زراعية	٤(١.٧٪)	٧(٤.٥٪)	٤(٢.٦٪)
ينقصها معلومات سياسية	٥(٢.١٪)	٢٧(١٧.٥٪)	١(٧.٪)
ينقصها معلومات مهنية وعمالية	٤(١.٧٪)	٣(١.٩٪)	١٠(٦.٧٪)
ينقصها أخبار خارجية عن العالم	-	-	-
ينقصها الرأى الصريح	-	-	٣٦(٢٤٪)
ينقصها معلومات ثقافية وشعر وأدب	٤(١.٧٪)	-	٢(١.٣٪)
ينقصها معلومات دينية	٤٩(٢٠.٦٪)	٤(٢.٥٪)	١(٠.٧٪)
ينقصها الموضوعات المفيدة	٦(٢.٥٪)	٢٢(١٤.٣٪)	١(٠.٧٪)
اجمالى (*)	٢٣٨(١٠٠٪)	١٥٤(١٠٠٪)	١٥٠(١٠٠٪)

(*) اقتصر هذا الجدول على مستمعى الراديو ومشاهدى التليفزيون وقراء الصحف

كذلك يمكن أن يفسر رأى ٦ , ٢٠٪ من افراد العينة ان الراديو يفتقر الى المعلومات الدينية علي ان الصحافة والتليفزيون تعتبر أدوات افضل لهذه المهمة . وتجد بعض هذه النتائج تأييدا من جانب بعض الباحثين في هذا الميدان مثل ليرنر "Lernrr" ومثل بول "Pool" (١) . اذا يعتقد كلاهما ان الراديو اداة سياسية موثرة بينما ان التليفزيون سيستمر النظر اليه لفترة من الوقت ، علي انه وسيلة للتسلية.

هذا وقد اظهرت بيانات المسح عن قها حقائق أخرى ممتعة وتناقص مع المخاوف التي أرجعها الكثيرون الى التأثير السئ لوسائل الاعلام وخاصة التليفزيون. فقد بينت الأرقام فى الجدول رقم ٢٤ أن حوالى ٢ , ٨٥٪ يوافقون على أن تاثير التليفزيون على جماهيره حسن وحسن إلى حد ما وحسن جدا وذلك فى مقابل ٢٪ فقط يعتقدون أن هذا التأثير سىء، وسىء إلى حد ما، وسىء جداً. بينما صرح ٥ . ٢٪ بأن التليفزيون غير ذى تأثير. وقال ٣ . ١٠٪ أنهم لا يعرفون إذا كان للتليفزيون أى أثر. ومن بين مستمعى الراديو يعتقد ٣ . ٩٦٪ بأن للراديو تأثير حسن على جمهوره، بينما يعتقد ٢٪ أن هذا التأثير ضار (٢)، وقال ٧ . ١٪ أنهم لا يعرفون. أما بالنسبة لقراء الصحف فإن ٣ . ٨٥٪ قالوا أن الصحافة مفيدة لقرائها بينما قال ٢ . ٢٪ أنها ضارة (٢)، وقال ٤ . ٠٪ أنها غير ذات أثر، وصرح ١ . ١٢٪ بأنهم لا يعرفون.

وتوضح هذه الأرقام ثقة الناس فى وسائل الإعلام وإيمانهم بها . وهذه النتيجة تجعل الأمر سهلا على الحكومة وأجهزتها فى أن تدخل التغيير الموجه من أجل التنمية. كما أنها تلقى بمسئوليات إضافية على وسائل الإعلام ذاتها . وقد يكون بحثنا هذا اختباراً لمدى فاعلية وسائل الإعلام فى الإسهام فى عملية التنمية إذ ما أخذناه فى إعتبارنا واستخدمنا بياناته واستنتاجاته على المشروعات التى تستهدف التنمية الاجتماعية فى مصر.

---

(1) See lerner, 1958, op. cit., p.213.
See pool, 1963, op. cit., p. 234.

(١) تاثير حسن نعني به هنا تاثير حسن وحسن إلى حد ما وحسن جداً، وتاثير ضار نعنى به تاثير سىء وسىء إلى حد ما وسىء جداً.

(٢) نقصد بمفيدة أن تاثيرها حسن وحسن إلى حد ما وحسن جداً، ونقصد بأنها ضارة أن تاثيرها سىء وسىء إلى حد ما وسىء جداً.

فتظهر بيانات مسح قها الثقة التى أولاها أفراد العينة لوسائل الإعلام كأداة للتنمية، وهذه الثقة بمثابة شهادة فى صف الحكومة إذ هى التى تنظم - وإن كان من بعيد - ممارسة وسائل الإعلام لدورها. ولدراسة دور وسائل الإعلام فى التنمية، فقد اقتصرنا فى بحثنا هذا على وسائل الصحافة والراديو والتليفزيون، حيث الحكومة تنظم بعض اعمالها من ناحية تعيين بعض المسئولين عن إدارتها مثلا، كما أن كل برامج ومشروعات التنمية القومية تخضع للحكومة من ناحية أخرى.

الجدول رقم (٢٤)

تأثير وسائل الاعلام علي جمهورها

التأثير / الوسيلة	الراديو	التليفزيون	الصحف
حسن	١٤٩(٥٩.٨٪)	١٤١(٥٨٪)	١٣٧(٥٩٪)
حسن جداً	١٧(٦.٨٪)	٣٤(١٤٪)	١٥(٦.٥٪)
حسن إلى حد ما	٧٤(٢٩.٧٪)	٣٢(١٣.٢٪)	٤٦(١٩.٨٪)
سيء	٢(٠.٨٪)	٣(١.٢٪)	٢(٠.٩٪)
سيء جداً	٢(٠.٨٪)	١(٠.٤٪)	٢(٠.٩٪)
سيء إلى حد ما	١(٠.٤٪)	١(٠.٤٪)	١(٠.٤٪)
ليس له تأثير	-	٦(٢.٥٪)	١(٠.٤٪)
لا أعرف	٤(١.٧٪)	٢٥(١٠.٣٪)	٢٨(١٢.١٪)
إجمالى(*)	٢٤٩(١٠٠٪)	٢٤٣(١٠٠٪)	٢٣٢(١٠٠٪)

هذا ونكرر هنا ما سبق أن أوضحناه من أننا استبعدنا وسيلتين أخرين من وسائل الإعلام من خطة بحثنا وهما السينما والكتاب، مع أن لهما خطورتهما المعروفة وأثرهما الكبير فى التنمية ولكن فى مجال آخر أكثر من ارتباطه بمجال قرية من

(*) تم طرح هذا السؤال على كل أفراد العينة، ولكن لم يجب ٦ أفراد على السؤال الخاص بتأثير التليفزيون ولم يجب ١٧ فرداً على السؤال الخاص بتأثير الصحافة.

القرى المصرية. وقد يكون هذا المجال هو المدينة أو عاصمة المحافظة أو عاصمة الدولة كلها، حيث يزداد إقبال الجماهير على مشاهدة الأفلام الطويلة المصرية والأجنبية، وحيث يقبل الناس فى غالبيتهم على اقتناء الكتاب وقراءته.

ومما لا شك فيه أن التعرض للسينما فى القرى المصرية ضعيف إلى حد كبير، بسبب افتقار معظمها إلى الكهرباء وإذا تذكرنا هنا قوافل السينما المتحركة فإننا نجد أنها لا تقدم عروضها إلا على فترات طويلة ومتباعدة. وحتى إذا ما قدمت هذه القوافل أو دور العرض بعض الأفلام التسجيلية التى يمكن أن تساعد فى التنمية فإننا نجد أن أثر هذه الأفلام ضئيل ولا يساعد فى الفاعلية التامة للدراسات التى تجرى فى هذا المجال.

وأما عن الكتاب فمن البديهى أنه على الرغم من خطورته كوسيلة هامة من وسائل الإعلام إلا أن لا قيمة له على الإطلاق فى معظم القرى، حيث قد تتراوح نسبة الأمية بين ٧٠ . ٩٥ ٪ فى كثير من القرى .

النشر المباشر للرسائل الاعلامية:

إن إبلاغ الأصدقاء بمضمون الرسائل الإعلامية التى لم يروها أو يسمعوها بأنفسهم يعتبر عادة من العادات الاجتماعية الشائعة التى تزيد فى تدعيم قدرات الرسالة الأصلية (١).

وتشير بعض الدراسات السابقة والبحوث التى أجريت على مجموعات صغيرة إلى أن الرسائل تنقل غالباً بين الأفراد عبر خطوط إجتماعية، بمعنى أنها تنتقل بين الأصدقاء ذوى الاهتمامات الواحدة وذوى الآراء الواحدة. وهذه الصداقة ووحدة الاهتمامات ووحدة الآراء قد توفر ميداناً مثالياً للنشر المباشر لمضمون الرسائل الإعلامية الذى يخلق بالتالى نوعاً ثانوياً من التعرض الإختيارى للرسائل الإعلامية(٢). وبذلك يزيد عدد الجمهور الذى تصل الرسالة إليه أصلا عن طريق الوسائل الإعلامية.

وقد وجد بيريلسون ولازار سفيلد وما كفى، أن التعرض لوسائل الإعلام يؤثر أيضاً فى المتغيرات الوسيطة مثل خلق الاهتمام والمناقشة. كما وجدوا أن المناقشة السياسية تمارس، غالباً، بواسطة الأشخاص ذوى الرؤية المتشابهة (٣).

---

(1) Klapper, 1961, op. cit., p. 31.
(2) Katz and Lazarsfeld, 1955, op. cit., p. 94.
(3) Berelson, Lazarsfeld and Mc Phee, 1954, op. cit., pp. 46-48.

وتبين البيانات التى حصلنا عليها من مسح قـها أن معظم أفراد العينة يناقشون مع آخرين البرامج التى يشاهدونها ويسمعونها من خلال الوسائل الألكترونية والمقالات التى يقرأونها فى الصحف.

الجدول رقم (٢٥)

المناقشات الشخصية لبرامج وسائل الاعلام

برامج الوسائل / المناقشة (*)	الراديـو	التليفزيون	الصحف
١ - لا أناقشها	٤٠(١٦.٨٪)	٢٦(١٦.٩٪)	١٩(١٢.٧٪)
٢- أقاربي وعائلتي	٧٢(٣٠.٣٪)	١٠٩(٧٠.٨٪)	٣٩(٢٦٪)
٣ - أصدقاء	١١٠(٤٦.٢٪)	١٦(١٠.٥٪)	٧٩(٥٢.٧٪)
٤ - مع مسئولين	٥(٢.١٪)	١(٠.٦٪)	٧(٤.٦٪)
٥ - مع آخرين	١٠(٤.٢٪)	١(٠.٦٪)	٥(٣.٣٪)
٦ - مع أكثر من اختيار	١(٠.٤٪)	١(٠.٦٪)	١(٠.٧٪)
إجمالى(**)	٢٣٨(١٠٠٪)	١٥٤(١٠٠٪)	١٥٠(١٠٠٪)

ويشير الجدول رقم (٢٥) إلى أن معظم أفراد العينة يناقشون ما يسمعون وما يرون وما يقرأون فى وسائل الإعلام مع أصدقائهم وعائلاتهم. أما الذين لا يناقشون مع الآخرين ما تعرضوا له من وسائل الإعلام فبلغت نسبتهم ١٦.٨٪ فقط من مستمعى الراديو، ١٦.٩٪ من مشاهدى التليفزيون، ١٢.٧٪ من قراء الصحف. وكذلك تشير الأرقام إلى أن المناقشات مع العائلات والأصدقاء قد احتلت المرتبة الأولى والثانية بين فئات المناقشة الأخرى فى قائمة الأخرى فى قائمة الفئات فى كل

(*) اقتصر هذا الجدول على من يتعرضون للوسائل المختلفة .

(**) تم حساب النسب المئوية لكل فئة على حدة لأهمية ذلك للمناقشة والتحليل.

الوسائل الثلاث. ومن ذلك يمكن أن نستنتج أن أفراد عينة الدراسة فى قهـا يستخدمون ما يتعرضون له بواسطة وسائل الإعلام كموضوعات فى التفاعلات الاجتماعية. وهذا بالتالى يؤكد الطبيعة الاجتماعية بما فيها من ألفة ومودة. وتظهر المناقشات بوضوح رغبة أفراد عينة البحث فى تأكيد ما يتعرضون له، وتعكس اتجاهاً إيجابياً وميلا أصيلا نحو المشاركة.

وعليه فإن ما ذكره روجرز بخصوص وسائل الإعلام يبدو أنه قابل للتطبيق على تجربة قها. ذلك أنه يقول أن لدى وسائل الإعلام إمكانية مضاعفة الجهود التى تؤدى بالجماهير التقليدية إلى العصرية، خاصة عندما تتحد وسائل الإعلام مع الإتصال المباشر فى مجموعات صغيرة للمناقشة (١).

ومن النتائج الهامة الأخرى لدراستنا أن معظم هؤلاء الذين تعرضوا للراديو أن التليفزيون سمعوه أو شاهدوه فى مجموعات. كما تظهر البيانات أن الناس يستمعون إلى الراديو سوياً ليس بسبب نقص أو عدم وجود أجهزة راديو، ذلك أن حوالى ٩٣.٦٪ منهم يمتلكون الأجهزة، ولكن يفعلون ذلك كنزعة اجتماعية فى القرية.

ويشير الجدول رقم ٣٦(أ) إلى أن نسبة ٧٥.١٪ من مستمعى الراديو الذين هم أيضاً يمتلكون أجهزته يستمعون فى مجموعات، بينما ١٦.١٪ من ملاك الراديو يستمعون وحدهم.

كذلك يشير الجدول رقم ٣٦ (ب) إلى ان المشاهدة الجماعية للتليفزيون هى سمة مميزة للمشاهدين من أفراد العينة كما تتضح من نسبة ٦١.٤٪ من العينة. ويصور الجدول أن من بين نسبة ٢٤.١٪ الذين يمتلكون أجهزة تليفزيون يشاهده ٢٣.٣٪ (من العينة) فى مجموعات.

ومن النتائج السابق الإشارة إليها فإن الراديو والتليفزيون قد يمكن إعتبارهما مصدرين للتسلية والأخبار فى اجتماعات تتم بالقرية وكثيراً ما يطلق

---

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 101.

عليها إجتماعات السامر. وبالتالى فهى قد حلت، إلى حد كبير، محل شاعر القرية التقليدى.

وإلى جانب التسلية والاخبار فإنه تتم مشاهدة جماعية للتليفزيون واستماع جماعى للراديو وذلك للبرامج السياسية أيضاً. وعلى سبيل المثال فإنه يستمع إلى خطب الرئيس السادات فى مجموعات فى قها.

الجدول رقم (٢٦أ)

الملكية مقارنة بالاستماع الجماعي للراديو

الاستماع* / الملكية	غير مستمعين	يستمعون بمفردهم	يستمعون مع آخرين	إجمالى
لا يمتلكون الراديو	(٢٪) ٥	(- ٪) -	(٤.٤٪) ١١	(٦.٤٪) ١٦
يمتلكون الراديو	(٢.٤٪) ٦	(١٦.١٪) ٤٠	(٧٥.١٪) ١٨٧	(٩٣.٦٪) ٢٣٣
إجمالى	(٤.٤٪) ١١	(١٦.١٪) ٤٠	(٧٩.٥٪) ١٩٨	(١٠٠٪)** ٢٤٩

ويرى محمود عوده أن المكان الذى يمارس فيه القرويون استماعهم الإذاعى يحتمل وضعين غالباً، إما أن تكون أجهزة الراديو محدودة والجمهور عريض مما يترتب عليه أنهم يستمعون دائماً فى جماعات صداقة أو قرابة أو جيرة أو فى مكان

(*) تم ضم غير المستمعين إلى هذا الجدول حيث لاحظنا أن بعض ملاك الراديو مازالوا غير مستمعين له.

(**) نسبت كافة أرقام هذا الجدول إلى إجمالى عدد العينة (٢٤٩) وذلك لأهمية حصر وبيان الملكية والاستماع بالنسبة لإجمالى العينة.

عام كمحال البقالة أو المقاهى، وإما أن تكون ملكية هذه الأجهزة منتشرة وعريض مما يترتب عليه أن يكون طابع الاستماع فردياً أو أسرياً محدودا (١).

ولكننا نرى أن طبائع وعادات أهل الريف تعتبر عاملا جوهرياً فى تحديد أماكن الاستماع يفوق عامل الملكية للراديو – الذى ذكره محمود عوده – أهمية. ذلك أن من عادة أهل القرية أن يجلسوا معاً بعد أوقات العمل، وأحياناً ما يكون هذا اللقاء فى منزل أحدهم، وعلى ذلك فإننا نجد أن الجلسات الجماعية للإستماع لا تنعقد، عادة، بسبب أن البعض لا يمتلك أجهزة راديو وإنما تتم يومياً بحكم العادات والتقاليد. وما يؤكد رأينا هو أن أكثر أهل القرية التى قمنا دراستها يمتلكون أجهزة راديو ومع ذلك يتسمعون جماعياً إلى الإذاعة، ويظهر ذلك فى الجدول رقم ٢٦ (أ).

الجدول رقم (٢٦ب)

الملكية مقارنة بالتعرض الجماعي للتليفزيون(*).

الملكية / التعرض	غير مشاهدين	يشاهدون بمفردهم	يشاهدون مع آخرين	إجمالى
لا يملتكون التليفزيون	(٣٥.٧٪) ٨٦	(٢.١٪) ٥	(٣٨.١٪) ٩٢	(٧٥.٩٪) ١٨٣
يمتلكون التليفزيون	(٠.٤٪) ١	(٠.٤٪) ١	(٢٣.٣٪) ٥٦	(٢٤.١٪) ٥٨
إجمالى	(٣٦.١٪) ٨٧	(٢.٥٪) ٦	(٦١.٤٪) ١٤٨	(١٠٠٪)** ٢٤١

(١) عودة: ١٩٧١ (سبق ذكره) ص ٣١٦.

(*) تم أخذ جميع أفراد العينة فى الحسبان مع استبعاد ٨ أفراد من هذا الجدول.

(**) نسبت أرقام هذا الجدول إلى إجمالى عدد الذين أجابوا (٢٤١) وذلك لأهمية حصر وبيان الملكية والمشاهدة بالنسبة لهذا الإجمالى.

وعلى ذلك فقد طلبنا من أفراد عينة الدراسة فى قها أن يشيروا إلى الأماكن التى يتجمعون فيها سوياً ليستمعوا إلى الراديو أو ليشاهدوا التليفزيون.

وعلى العكس من الراديو الذى يكن أن يصل إلى حيث يذهب الإنسـان، فـإن برامج التليفزيون غالباً ما يتم مشاهدتها فى أماكن اجتماعية.

ويشـير الجـدول رقم ٢٧ (أ) إلى أنه من بين أفـراد العينة يوجـد ٨٣.٣٪ من مستمعى الراديو يستمعون فى مجموعات، كما أن من أفراد العينة ١٥.٢٪ يستمعون فى أماكن عامة، ٥٨.٤٪ يستمعون فى المنازل، ٩.٧٪ يستمعون جماعياً فى أماكن العلم وعلى الأخص بالنسبة لخطاب الرئيس السادات، وكذلك يشير الجدول نفسه إلى

الجدول رقم (٢٧ أ)

الاستماع الجماعي الي الراديو مقارنا بأماكن الاستماع (*)

المكان / الاستماع	أماكن عامة (**)	المنزل	العمل	إجمالى
استماع منفرد	(١.٦٪) ٤	(١٣٪) ٣١	(٢.١٪) ٥	(١٦.٧٪) ٤٠
استماع مع أخرين	(١٥.٢٪) ٣٦	(٥٨.٤٪) ١٣٩	(٩.٧٪) ٢٣	(٨٣.٣٪) ١٩٨
(***) إجمالى	(١٦.٨٪) ٤٠	(٧١.٤٪) ١٧٠	(١١.٨٪) ٢٨	(١٠٠٪) ٢٣٨

(*) استبعد ١١ من أفراد العينة من هذا الجدول لأنهم من غير المستمعين.

(**) الأماكن العامة هنا تتضمن: المقهى، الدوار، المجمع الثقافى، محل الحلاق أو البائع، أى مكان عام أخر.

(***) تم نسبة كافة الأرقام إلى الرقم الإجمالى (٢٣٨) لأهمية ذلك.

أنه بالرغم من أن نسبة ٥٨.٤٪ من مستمعي الراديو يستمعون إليه في المنازل إلا أنهم يفعلون ذلك في مجموعات. كما تبين لنا أن الاستماع الجماعي يمثل حوالى خمسة أضعاف الاستماع المنفرد (١٦.٧)، الأمر الذى يتمشى مع الطبيعة الاجتماعية للمصريين التي تتميز، عادة، بالألفة والمودة.

وفيما يتعلق بأماكن المشاهدة الجماعية لبرامج التليفزيون، يظهر الجدول رقم ٢٧ (ب) أن ٩٦.١٪ من مشاهدى التليفزيون يشاهدونه فى مجموعات، كما أن ٥٩.٧٪ يشاهدونه جماعياً فى أماكن عامة، ٣٦.٤٪ يشاهدونه جماعياً فى المنازل. وهذه المجموعات قد تتكون من عائلاتهم أو من أصدقائهم. وعلى غرار الراديو فإن هذه الحقيقة، ارتفاع نسبة المشاهدين الجماعية عن الفردية، تشير إلى المجتمع المصرى الذى يتسم بالألفة والمودة.

الجدول رقم (٢٧ب)

التعرض الجماعي الي التليفزيون مقارنا بأماكن التعرض (*)

المكان / التعرض	(**) أماكن عامة	المنزل	إجمالى
مشاهدة منفردة	(٢.٦٪) ٤	(١.٣٪) ٢	(٣.٩٪) ٦
مشاهدة مع آخرين	(٥٩.٧٪) ٩٢	(٣٦.٤٪) ٥٦	(٩٦.١٪) ١٤٨
(***) إجمالى	(٦٢.٣٪) ٩٦	(٣٧.٧٪) ٥٨	(١٠٠٪) ١٥٤

(*) تم استبعاد ٩٥ فرداً من أفراد العينة من هذا الجدول منهم ٨٨ من غير مشاهدى التليفزيون وسبعة لم يجيبوا على هذا السؤال.

(**) الأماكن العامة هنا تتضمن: المقهى - المجمع الثقافى - مكان عام آخر.

(***) تم نسبة كافة الأرقام إلى الرقم الإجمالى (١٥٤) لأهمية ذلك.

وتوضح هذه الجداول أكثر من ذلك. فهى تبين أن الاستماع الجماعى إلى الراديو أو المشاهدة الجماعية للتليفزيون تتعلق ببعض الخصائص الخلفية لأفراد العينة (السن-التعليم-المهنة) بأكثر من تعلقها بملكية الوسيلة الإعلامية.

وتذكرنا هذه النتائج بالتجارب التى أجريت على نوادى الاستماع فى كوستاريكا والهند بواسطة روى "Roy" وآخرين [1]، وفى الهند بواسطة نوايرث "Neurath" [2] وبات "Bhatt" وكريتنا مورثى "Kritnamoorthy" [3].

ولقد تبنت منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة "UNESCO" طريقة نوادى الاستماع "Radio Forums" وقامت بتجربتها فى عدد من دول أفريقيا. وطبقاً لرأى روى، وويسانن، وروجرز، فإن نوادى الاستماع قد أحدثت معظم التغيير لصالح التنمية. ولقد أكد نويراث فى دراسته على قيمة المناقشات التى تتم فى نوادى الاستماع فى زيادة المعرفة بالأفكار المستحدثة.

ولقد كانت تجربة بات وكريتنا مورثى فى بونا "poona" ناجحة للغاية، لدرجة أنه تم إنشاء ١٤٥ نادى استماع فى عام ١٩٥٦ أصبح عددها الآن ١٠,٠٠٠ نادى، ومن المتوقع أن تزيد فى المستقبل لتصل إلى ٢٥,٠٠٠ نادى استماع.

وفى ضوء نجاح تجربة نوادى الاستماع، والإستفادة من ميل الناس نحو الاستماع الجماعى فى مصر، تقوم إدارة الثقافة الجماهيرية بوزارة الثقافة بتنظيم نوادى الاستماع والمشاهدة فى القرى ومن بينها قها. كذلك أدخلت هيئة الاستعلامات عام ١٩٧٥ نوادى المشاهدة. ولقد اختيرت البرامج العادية للتليفزيون حتى الآن للمشاهدة الجماعية فى عواصم المحافظات، ولكن الخطة النهائية هى أن تكون لهذه النوادى برامج مخططة بشكل خاص. وسوف تكون هذه البرامج عامة وسياسية واجتماعية وأيضاً برامج محددة، وتنقل إلى مناطق مختلفة، بحيث تحتوى هذه البرامج على موضوعات تتفق والخصائص الجغرافية والاقتصادية للمنطقة التى يذاع لها البرامج.

---

(1) Roy et al, 1968, op. cit.
(2) Neurath, 1963, op. cit.
(3) UNESCO, Report, 1965, op. cit.

أما بالنسبة لقارئى الصحف فإن الوضع يختلف عن وضع مستمعى الراديو ومشاهدى التليفزيون. فهؤلاء الذى يقرأون الصحف بأنفسهم أو يقرأها لهم غيرهم سألناهم أين يقومون بهذا النشاط؟.. ويوضح الجدول رقم ٢٨ أن معرفة القراءة والكتابة هو عنصر جوهرى يؤثر فى مدى التعرض للصحف. فقد بلغت نسبة القراءة المباشرة ٧٢.٧٪، وأن ٤٤.٧٪ من العينة المتعرضين للقراءة المباشرة يقرأون فى المنزل. وبمقارنة هذه النتائج نجد أن النسبة الإجمالية للقراءة بالمنزل وقدرها ٦١.٤٪ تتجاوز بكثير القراءة فى الأماكن العامة التى بلغت نسبتها ١٨.٦٪ أو القراءة فى مكان العمل ونسبتها ٢٠٪.

الجدول رقم (٢٨)

اماكن قراءة الصحف مقارنا بطريقة القراءة (*)

المكان / الطريقة	(**) أماكن عامة	المنزل	العمل	إجمالى
قراءة مباشرة	(١٢٪) ١٨	(٤٤.٧) ٦٧	(١٦٪) ٢٤	(٧٢.٧٪) ١٠٩
قراءة غير مباشرة (يقرأ لهم الغير)	(٦.٦٪) ١٠	(١٦.٧٪) ٢٥	(٤٪) ٦	(٢٧.٣٪) ٤١
إجمالى (***)	(١٨.٦٪) ٢٨	(٦١.٤٪) ٩٢	(٢٠٪) ٣٠	(****) (١٠٠٪) ١٥٠

(*) تم استبعاد ٩٩ من أفراد العينة من هذا الجدول حيث لم يتعرضوا للصحف.

(**) الأماكن العامة هنا تتضمن: المقهى، الدوار، المجمع الثقافى - عند البقال أو الحلاق، أو أى مكان عام آخر.

(***) نسبت كافة الأرقام إلى الرقم الإجمالى (١٥٠) لأهمية ذلك.

(****) أنظر الملاحظات على الجدول رقم ١٣

وفيما يتصل بملكية الصحف (أى شرائها) والأماكن التى تقرأ فيها فإن الجدول رقم ٢٩ يوضح أن ٦٦٪ من الذين يتعرضون للصحف يقومون بشرائها وأن من بين أفراد العينة ٤٤.٧٪ ممن يمتلكون الصحف يقرأونها فى المنزل، وأن ٨٪ يملكون الصحف ويقرأونها فى الأماكن العامة، وأن ١٣.٣٪ يقرأونها فى العمل.

الجدول رقم (٢٩)

اماكن القراءة للصحف مقارنا بملكية الصحف (*)

الأماكن / الملكية	(**) أماكن عامة	المنزل	العمل	إجمالى
لا يملكون	(١٠.٦٪) ١٦	(١٦.٧) ٢٥	(٦.٧٪) ١٠	(٣٤٪) ٥١
ملــكون	(٨٪) ١٢	(٤٤.٧٪) ٦٧	(١٣.٣٪) ٢٠	(٦٦٪) ٩٩
(***) إجمالــى	(١٨.٦٪) ٢٨	(٦١.٤٪) ٩٢	(٢٠٪) ٣٠	(١٠٠٪) ١٥٠

(*) تم استبعاد ٩٩ من أفراد العينة من هذا الجدول حيث لم يتعرضوا للصحف.

(**) الأماكن العامة تتضمن هنا: المقهى – الدوار، المجمع الثقافى – عند البقال أو الحلاق – أو أى مكان عام آخر.

(***) نسبت كافة أرقام الجدول إلى الرقم الإجمالى (١٥٠) لأهمية ذلك.

الخـــلاصة :

وكما أوضحنا فإن نسبة قراءة الصحف فى المنازل نسبة عالية. وهى نتيجة لا تثير الدهشة لأن القراءة قد تعتبر نشاطاً فردياً أكثر منها جماعياً. وفيما عدا القراءة الجماعية الأكثر شيوعاً، فى العادة، فى المدن عن القرى، فإن الناس تحب دائماً أن تقرأ وحدها حسبما عبر أحد قراء الصحف.

أظهرت بيانات المسح الخاص بتعرض القرويين لوسائل الإعلام النقاط التالية:

١- إن مدى تعرض الفرد لوسائل الإعلام قد يتحدد جزئياً بطريقة الاستقبال، وبالوسيلة الإعلامية المستخدمة وبالخصائص الخلفية للفرد.

٢ - إن وجود واستخدام وسائل الإعلام بواسطة القرويين فى قها ملموس وواسع النطاق.

٣ - إن وسائل الإعلام (الراديو - التليفزيون - الصحف) تتوفر للأفراد بصورة خاصة، وتتفاوت لأسباب معينة، وأنهم يستعملون ما لدى غيرهم بصورة عامة أمران يتواجدان فى نفس الوقت فى القرية.

٤ - إن العادات الاجتماعية للاستماع إلى الراديو لم تتأثر بامتلاك عدد كبير من الأسر لأجهزة الاستقبال.

٥ - إن مخرجات الوسائل الإعلامية، سواء كانت فى شكل رسائل موجهة إلى الأمة كالقضايا الاجتماعية أو فى شكل خدمات كالبرامج الزراعية أو الصحية، قد وصلت الآن إلى القروى العادى من خلال كل الوسائل الإعلامية الثلاث (الراديو والتليفزيون والصحف).

٦ - إن القرويين قد أثبتوا أنهم مثل سكان المدن يقومون بالتمييز بين برامج وسائل الإعلام. وبالإضافة إلى ذلك، فقد أظهروا اهتمامهم بموضوعات عريضة التنوع مما قد يبرهن على أن اتجاه القرويين نحو وسائل الإعلام لا يختلف كثيراً عن المجموعات الاجتماعية الأخرى في المدن.

٧ - وفيما يتصل ببرامج وسائل الإعلام، كانت الأخبار السياسية والبرامج الدينية (والقرآن الكريم) والمشاكل الاجتماعية أكثر أنواع البرامج أفضلية.

٨ - إن المشاكل الاجتماعية قد تؤدى وظيفة ذات معنى فى تسهيل الاندماج السياسى والاجتماعى بين القرية وبين الحكومة.

٩ - إن هناك إجماعاً عاماً بين أفراد عينة البحث على أن وسائل الإعلام مفيدة ونافعة وأن الناس يتعلمون منها.

١٠ - إن أفراد العينة قد أبدوا نوعاً من الثقة فى وسائل الإعلام فيما يتعلق بما تقوم به من نقل لموضوعات التنمية. ومن شأن ذلك أن ييسر على الحكومة وأجهزتها إجراء التغيير الموجه فى خطة التنمية.

الفصل العاشر

وسائل الأعلام كرادار إجتماعى

من الملاحظ أن الذين يعيشون فى مجتمعات تنتشر فيها وسائل الإعلام قد لا يتذكرون أحياناً ما تعلموه من هذه الوسائل. ويقول شرام "Schramm" أن الكتاب المطبوع ظل لمدة ثلاثمائة سنة بمثابة اليد اليمنى للتعليم العام. وحيثما تتاح الصحف فإنها تصبح الوسيلة الرئيسية للإعلام عن البيئة التى لا يستطيع الفرد الوصول إليها بحواسه . وفى الحقيقة، فإن كل أجيال البشر قد صاغوا أفكارهم عن العالم الخارجى معتمدين بصورة كبيرة على ما تعلموه من الصحف والراديو والفيلم والتليفزيون(١).

ويمكن القول أن كل من شاهد الأفلام أو قرأ القصص المطبوعة يستطيع أن يلاحظ الآثار العميقة التى تتركها هذه الوسائل. ويقول شرام أيضاً أن المشاهد والشخصيات وحبكة الروايات والتعبيرات مازالت باقية مفعمة بالحيوية، قاطعة وواضحة، وتظل جزءاً من الحصيلة التى يستخدمها الإنسان لسنوات طويلة بعد قراءتها أو مشاهدتها. كما أن الآباء يلاحظون، وإن لم يوافقوا فى كثير من الأحوال، كيف أن أطفالهم يتعلمون من التليفزيون والإعلانات الغنائية والشعارات الكلمات والعادات دون أن يبذلوا من جانبهم أية محاولة لتعلمها ودون أن يدركوا أنهم يتعلمون. وفى كلمات أخرى، فإنه بكل خبرتنا مع وسائل الإعلام يمكن أن نقول أن هذه الرسائل سهل أن نتعلم منها إرادياً أو لا إرادياً (٢).

---

(1) Schramm, 1964, op. cit., p. 127

(2) Douglas Waples, Bernard Berelson, and Franklin Brad-shaw, **What Reading does to People**, Chicago: University of Chicago perss, 1940.

Carl Hovland, "The effects of the Mass Media of Communication" in Gadner Lindzey, ed. **Handbook of Social Psychology**. Boston: Addison-Wesley, 1954.

Wilbur Schramm. **Annotated Bibliography of the Research on programmed Instruction**. Washington, D.C., U.S. Office of Education, 1964.

T.W. Harell, D. Brown, and W. Schramm. "Memory in Radio News Listening", **Journal of Applied Psychology**, 33, 1949, pp. 265-74.

وحيث أن لوسائل الإعلام هذه القدرة الفعالة على الإخبار، والتعليم، يمكننا القول بثقة كبيرة أنها تستطيع أن تؤدى بعض الخدمات الجوهرية للبلاد النامية.

ويعتقد شرام وليرنر أن وسائل الإعلام قادرة على توسيع الآفاق والمدارك (١). فكثير من الناس فى المجتمعات التقليدية يرون فى وسائل الإعلام، عندما يلتقون بها لأول مرة، نوعاً من السحر. إذ يقول حكيم أفريقى إن وسائل الإعلام كالسحر فهى قادرة على أن تأخذ الإنسان عالياً إلى تل أعلى من أى تل آخر، يستطيع أن يرى من فوقه الأفق، وتتركه هناك يرى ما بعد ذلك. وأنها سحر لأنها تدع المرء يرى ويسمع إينما لم يكن أبداً ويعرف أناساً لم يقابلهم إطلاقاً. وحتى بعد أن يتبدد عبير السحر تظل وسائل الإعلام قادرة على معاونة الناس – فى البلد النامى– على فهم كيف يعيش الآخرون، وبالتالى على النظر فى حياتهم الخاصة بنظرة جديدة (٢).

إن وسائل الإعلام قوة تحريرية لأنها تحطم قيود المسافة والعزلة وتنقل الناس من المجتمع التقليدى إلى «المجتمع الكبير» حيث تنظر كل العيون إلى المستقبل وتتطلع إلى البعيد. وكما يقول بول حيث ينبغى أن يتنبأ كل عمل تجارى راسخ برغبات زبائنه المجهولين، وأن يتوقع كل سياسى رغبات ناخبيه المجهولين، وحيث يتم التخطيط لمستقبل ضخم التغير، وحيث قد تؤثر أفعال الناس من مختلف الثقافات فى حياة الفرد يومياً (٣).

وعلى ذلك فإن وسائل الإعلام، بتقريبها للبعيد وجعلها الغريب مفهوماً، قادرة على المعاونة فى تضييق المسافة بين المجتمع التقليدى والمجتمع العصرى (٤).

كما يقول شرام أيضاً أن وسائل الإعلام قادرة على تركيز الانباه. ففى المجتمع العصرى نجد أن معظم الصور عن البيئة البعيدة تأتى إلى أذهاننا من وسائل الإعلام وكلما تحرك المجتمع التقليدى تجاه العصرية، بدأ فى الاعتماد على

(1) - Schramm, 1964, op. cit., p. 126.
 - Lerner, 1972, op. cit., pp. 314-317.
(2) Schramm, 1964, op. cit., p. 127.
(3) Pool, 1963, op. cit., p. 249.
(4)Lerner, 1958, op. cit., pp. 49 - 51.

وسائل الإعلام. ونتيجة لذلك فإن قدراً كبيراً من المعلومات، مثل تلك المتصلة بمن هو الشخص الهام أو الخطير فى الدولة أو بما هى الأشياء المشوقة وهكذا، يستمدها هذا المجتمع من وسائل الإعلام، الصحيفة والراديو والمجلة، وهى تعمل كالحارس فوق التل، ينبغى أن تقرر ماذا تبلغ عنه. ومهمة الاختيار هذه، أى اختيار من تكتب عنه أو من تركز آلة التصوير عليه أو من تستشهد بأقواله أو أى الأحداث تسجل، تحدد بدرجة كبيرة ما يعرفه الناس وما يتحدثون عنه [١].

وهذه مسألة ذات أهمية فى الدول النامية لأنها تعنى أن الانتباه العام يمكن أن يبقى مسلطاً على التنمية. ومن وقت لآخر - يمكن أن يوجه الاهتمام إلى عادة جديدة أو إلى مسلك جديد أو إلى ممارسة زراعية أو صحية جديدة، أو عائد يتم الحصول عليه عن طريق العصرية، أو شىء يحتاج إلى تغيير [٢]. وبتوجيه الانتباه إلى موضوعات معينة أو قضايا من هذا النوع فإن وسائل الإعلام تستطيع أيضاً أن تسيطر على بعض موضوعات الاتصال المباشر [٣]. إن القادة فى دولة نامية قد يذهبون بأنفسهم، إذا استطاعوا، إلى كل جماعة صغيرة فى الدولة، ويضعوا فى أذهانهم مشكلة من مشكلات التنمية أو فكرة ما أو مناسبة ما ليفكروا بشأنها أو ليناقشوها. وقد يتعذر عليهم الذهاب بأنفسهم إلى كثير من القرى أو إلى كثير من الجماعات ولكنهم مع ذلك يستطيعون غرس الأفكار والموضوعات من خلال وسائل الإعلام وبصورة أوسع.

والوظيفة الأخرى التى تستطيع وسائل الإعلام أن تؤديها هى أن تزيد الطموح [٤]. وفى التاريخ حالات كثيرة تشجعنا على الاعتقاد بأن وسائل الإعلام قد

---

(1) Schramm, 1964, op. cit., p. 129.
(2) Darell Lucas and S.H. Britt, **Advertising Psychology and Research**, New York: Mc Graw Hill, 1950.
(3) Lazarsfeld, Berelson and Gaudet, 1948, op. cit.
Bernard Berelson, Paul Lazarsfeld, and William Mc Phee, Voting, Chicago: University of Chicago. Press, 1954,
(4) Mc Celland, 1961, op. cit.,
Lerner, 1963 , op. cit., pp. 334-345.
Scrhamm, 1964, op. cit., p. 131.
Roa, 1963, op. cit., p. 58.

تكون قادرة على زيادة طموح جماهيرها سواء فى الحضارات النامية أو فى الحضارات الأكثر تقدماً. والعائلات التى تسعى بجد لتصل إلى مستوى معيشى معين رأت الآخرين يستمتعون به، أو تسعى لتنال سلعة ما سمعت بها أو قرأت عنها أو رأت صورتها فقط، هى نماذج لتلك الحالات.

وهذا الأمر غاية فى الأهمية بالنسبة للدولة النامية. فهى تحتاج إلى تشجيع كل من الطموح الشخصى والقومى. وينبغى على الأفراد أن يصلوا إلى الرغبة فى حياة أفضل مما يعيشون وأن يقبلوا على العمل من أجل الوصول إليها. ويجب عليهم كمواطنين أن يكون لديهم طموح فى أن تكون بلدهم قوية عظيمة.

وعلى ذلك فإن وسائل الإعلام قادرة على خلق المناخ المناسب للتنمية. ويمكننا القول بأن وسائل الإعلام تستطيع أن تسهم فعلياً فى مقدار وأنواع المعلومات المتاحة لجماهير البلد النامى. وهى قادرة على توسيع الآفاق، وتركيز الانتباه على مشكلات وأهداف التنمية، وزيادة ألوان الطموح (الشخصى والقومى). وتستطيع وسائل الإعلام بذاتها وبصورة مباشرة أن تقوم بكل هذه الوظائف مجتمعة. وهذا يساوى خلق المناخ الإعلامى الذى تثار فيه التنمية. كما أن لها دور أيضاً فى درجة تركيز الانتباه.

وفى ضوء ما تمت مناقشته حتى الآن فإننا نعرض الفروض العلمية التالية:

١ - هناك علاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ومعرفة القضايا الاجتماعية القومية.

٢ - التعرض لوسائل الإعلام متصل بمعرفة قضايا محددة عن التنمية الاجتماعية.

٣ - التعرض لوسائل الإعلام متصل بطموح الفرد تجاه نفسه وتجاه أولاده.

وقد تم تحليل بيانات المسح الذى أجرى بقها لتحقيق من هذه الافتراضات.

وسائل الاعلام و معرفة القضايا الاجتماعية

يمكن أن نلاحظ أن إدراك الناس لرسائل وسائل الإعلام يتنوع تبعاً لأهمية المعلومات للمستقبل. وعلى أساس قائمة الإدراك الاجتماعي، نجد إدراكا واسعا ومتنوعا يشير إلى أن القرويين مدركون للموضوعات التى تؤثر فيهم مباشرة مثل موضوع إعادة تفح قناة السويس، الذى يزيد من التجارة الدولية وبالتالى صادرات الإنتاج الزراعى مثلا. ونرى فى هذا أن الرسائل الإعلامية تميل إلى أن تتكيف حسب علاقتها أو ارتباطها بالحياة المحلية وشئونها.

وفى دراسة لأثر السياسات والأفكار القومية على عامة الشعب، فإن الإتصال الإعلامى والمباشر يستحق إنتباهاً خاصاً.

ويتصل نشر الأفكار المستحدثة إتصالا مباشراً بعملية التنمية، لأنها توسع رؤية القروى وتساعده على تنمية إتجاهاته لتتمشى مع اتجاهات المؤسسات السياسية والاقتصادية السائدة فى مجتمعه. وحيث أن أفكار التنمية يتم تصورها على المستوى القومى، فلابد من معرفة ما إذا كان الفلاحون قادرين على استيعاب هذه الأفكار. هذا وكثيراً ما تتكرر الدعوى أو الشكوى من أن لغة وسائل الإعلام لغة غير مفهومة، فى بعض جوانبها، للرجل الريفى، فى المناطق النامية (١)، ولو أن ندرة الأبحاث فى هذا الموضوع تحد من قدرتنا على تقييم مثل هذه الشكاوى أو الدعاوى(٢).

وتتبنى قائمة الإدراك الاجتماعى على سؤال عينة البحث عن المشكلات القومية والمحلية. وتأخذ هذه القائمة فى حسابها مسألة تمييز أفراد العينة لأهمية القضية محل التساؤل. وحتى يمكننا معالجة هذه النقطة بدقة كافية فإننا قمنا بجدولة البيانات بشأن التعرض لوسائل الإعلام والإدراك الاجتماعى بطريقة مزدوجة Cross tabulated

---

(1) Harik, 1974, op. cit., p. 161.
(2) Rogers, 1969, op. cit., p. 19.

المشاكل المحلية:

وفيما يتصل بالمشاكل المحلية فقد تم سؤال أفراد عينة البحث عن أهم مشكلة محلية. ويتضح من الجدول رقم ٣٠ أن معظم أفراد العينة مدركون تماماً لمشاكلهم المحلية. فقد اختار ٦١٪ المشاكل الجوهرية التي لا تتسم بأنها تحدث يومياً بينما اختار ٣٩٪ من أفراد العينة المشاكل اليومية. هذا وقد تم تمييزها على النحو التالي: عدم توفر الخدمات الصحية ٣٦.٩٪، وعدم الإحساس بالمسئولية ١١.٣٪، وصعوبة الانتقال إلى خارج القرية ٨.٨٪، وعدم توفر التعليم ٤٪. وإدراك أفراد العينة لتلك المشاكل على هذا النحو يعكس وعيهم الذى يذهب إلى مدى أبعد من مجرد الحاجات المادية.

وعلي ذلك فقد قمنا بتصنيف المشاكل المعروضة إلي مجموعتين:

المجموعة الأولى وتشمل الإدراك المرتفع للمشاكل مثل عدم الإحساس بالمسئولية وصعوبة الانتقال إلى خارج القرية والمشكلات التعليمية والصحية. والمجموعة الثانية وتتضمن الإدراك المنخفض للمشاكل مثل ارتفاع تكاليف المعيشة، ونقص الكهرباء، ونقص المياه الجارية، وعدم توفر السماد، وعدم حصول القرويين على ما يحتاجونه من الجميعات التعاونية. ولقد تم هذا التصنيف لاختبار العلاقة بين الإدراك المحلى والتعرض لوسائل الإعلام.

ولاختبار العلاقة بين التعرض للراديو ودرجة إدراك المشكلات المحلية، استخدمنا إختبار كا٢، حيث كانت كا٢ المحسوبة تساوى ٢.٠٨٠ بينما كانت كا٢ المجدولة لدرجة حرية ١ وعند مستوى ٠.٠٥ والتى تساوى ٣.٨٣ تبين أنه لا يوجد فرق معنوى بين من تعرضوا إلى الراديو ومن لم يتعرضوا إليه فى درجة الإدراك المحلى. وقد ترجع هذه النتيجة إلى أن لدى الناس المعلومات من المنبع حول مشكلاتهم المحلية وأنهم ليسوا فى حاجة إلى تدخل وسائل الإعلام ليدركوها.

الجدول رقم (٣٠)

معرفة القضايا المحلية

القضية	العدد	النسبة المئوية
إرتفاع مستوى المعيشة	١٨	٧.٢٪
عدم وجود الكهرباء	٧	٢.٨٪
عدم وجود مياه جارية	٢	٠.٨٪
عدم توفر السماد	٢١	٨.٥٪
عدم الإحساس بالمسئولية	٢٨	١١.٣٪
صعوبة الحصول على ما يريد من الجمعيات	٤٩	١٩.٧٪
صعوبة الإنتقال إلى خارج القرية	٢٢	٨.٨٪
عدم توفر الخدمات الصحية	٩٢	٣٦.٩٪
عدم توفر التعليم	١٠	٤.٠٪
إجمالي	٢٤٩	١٠٠٪

المشاكل القومية:

وبالنسبة للمشكلات القومية فقد تم سؤال أفراد العينة عن أهم المشاكل القومية فى رأيهم، ويظهر الجدول رقم ٣١ أن معظم أفراد العينة ٥٦.٨٪ أعطوا الأولوية للمشاكل ذات الطبيعة القومية على المشاكل ذات السمات الفردية مثل الأمية والانفجار السكاني، والخدمات العامة والاقتصادية، والنقل والإسكان. بينما اختار الباقون ٤٣.٢٪ المشكلات اليومية، والتى تميل إلى تكون فردية، مثل ارتفاع تكاليف المعيشة والنقص فى السلع الضرورية.

ولاختبار العلاقة بين التعرض للراديو ودرجة إدراك المشكلات القومية استخدمنا إختبار كا٢، حيث كانت كا٢ المحسوبة ٣.٠٨٠ بينما كانت كا٢ المجدولة لدرجة حرية ١ وعند مستوى ٠.٠٥ تساوى ٣.٨٣٠ مما يدل على أنه يوجد فرق معنوى بين من يتعرضون لوسائل الإعلام ومن لا يتعرضون لها فى درجة الإدراك القومى.

ويظهر الجدول رقم ٣١ أن التعرض لوسائل الإعلام يوسع الآفاق وييسر بها من المسائل المحلية إلى المسائل القومية. الأمر الذى يعكس إدراكاً إجتماعياً وسياسياً عالياً ورغبة فى التغيير.

ومن ثم فإن دراستنا على قها تظهر أن هناك علاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ومعرفة المسائل الاجتماعية القومية.

الجدول رقم (٣١)

معرفة القضايا القومية

القضية	العدد	النسبة المئوية
الأمية	٦٩	٪٢٧.٨
تزايد السكان	٢١	٪٨.٥
المشكلات الإقتصادية	١٦	٪٦.٤
الخدمات العامة	٤	٪١.٦
مشكلات المواصلات	١١	٪٤.٤
النقص فى السلع الضرورية	٢٠	٪٨.١
السكن	٢٠	٪٨.١
ارتفاع نفقات المعيشة	٨٧	٪٣٥.١
إجمالى(*)	٢٤٨	٪١٠٠

وسائل الاعلام وتركيز الانتباه

والافتراض الثانى هو أن التعرض لوسائل الإعلام يركز الإنتباه على موضوعات إجتماعية محددة. ولذلك قمنا باختبار آثار وسائل الاعلام على سكان قها

(*) تخلف فرد واحد عن الإجابة على هذا السؤال.

وبالتحديد على تكيفهم الإجتماعى Socialization وذلك خلال مرحلتين أولا تحديد كيفية وصول الرسائل إلى سكان القرية، وثانيا دراسة أدوار وسائل الإعلام والإتصال المباشر فى الإسهام فى الإدراك الإجتماعى للقرويين.

وكان الغرض من هذا الجزء من دراستنا هو إستكشاف مدى تعرض أفراد العينة لوسائل الإعلام ومدى إدراكهم نتيجة لهذا التعرض لموضوعين على المستوى القومى، وهما إعادة فتح قناة السويس، وشهادات الاستثمار.

وفى رأينا أن الإدراك الإجتماعى هو المعرفة بسياسة معينة. كما أننا نعنى بالتعرض لوسائل الإعلام مجرد أن يتم التعرض لأى وسيلة إعلامية من الوسائل الإعلامية الثلاث المتاحة فى المجتمع وهى الصحف أو الراديو أو التليفزيون.

ولقد تم سؤال أفراد العينة فى قرية قها عما إذا كانوا قد علموا بموضوعى إعادة فتح قناة السويس وبمشروع شهادات الاستثمار. كما طلب منهم تحديد مصادر معلوماتهم.

ويظهر الجدولان ٣٢، ٣٣ أن ٨٩.٢٪ من أفراد العينة قد حصلوا على معلوماتهم فيما يتصل بموضوع إعادة فتح قناة السويس من وسائل الإعلام مباشرة وكان الراديو فى مقدمة هذه الوسائل. وأن ٨٤.٤٪ من أفراد العينة قد حصلوا على معلوماتهم فيما يتصل بموضوع شهادات الاستثمار من وسائل الإعلام مباشرة وكان الراديو أيضاً فى مقدمة هذه الوسائل. بينما يظهر الجدولان أن ٦.٤٪ من أفراد العينة حصلوا على معلوماتهم فيما يتصل بإعادة فتح قناة السويس عن طريق الوسيط الاخبارى أى عن طريق الاتصال المباشر (الشفهى)، وعن نفس هذا الطريق حصل ٢.٨٪ من أفراد العينة على معلوماتهم بخصوص شهادات الاستثمار.

ومن جهة أخرى فإنه يظهر من الجدولين أن ١٢٪ من أفراد العينة لم يسمعوا شيئاً عن شهادات الاستثمار، وأن ٢.٨٪ من أفراد العينة لم يسمعوا شيئاً عن إعادة فتح قناة السويس.

ويتبين من ذلك أن نسبة من «لا يعرفون» من بين أفراد العينة نسبة منخفضة

جداً مما يدل على أن الناس أكثر معرفة بالسياسات القومية التى تؤثر فيهم مباشرة مثل إعادة فتح قناة السويس. ومن ناحية أخرى، فقد تبين لنا من تحليل بيانات المسح أن عدد من يملك شهادات الاستثمار بلغ ٤٨ فرد فقط (١٩.٢٪) أى أنه لم يشترها عدد ٢٠١ فرد ٧٠. ٨٠٪). وهذا يؤكد أن الرسائل الإعلامية تتجه إلى أن تتكيف حسب علاقتها أو إرتباطها بالحياة المحلية وشئونها.

الجدول رقم (٣٢)

مصادر المعرفة بشأن اعادة فتح السويس

المصـــدر	العـــدد	النسبة المئوية
الجرائد	٣٠	١٢٪
الراديو	١٦٦	٦٦,٧٪
التليفزيون	٢٥	١٠,١٪
جميع وسائل الإعلام	١	٠,٤٪
الاتصال المباشر	١٦	٦,٤٪
لم أسمع عنها	٧	٢,٨٪
لا إجابة على السؤال	٤	١,٦٪
إجمالـــى	٢٤٩	١٠٠٪

وفيما يتصل بالطريق الذى يتحدد بموجبه سريان الرسالة إلى الجماهير وفيما إذا كان سريان مباشرا أو غير مباشر، فإننا نفترض أنه كلما زاد التعرض وسائل الإعلام زاد سريان الرسالة الإعلامية بصورة مباشرة. وبالتالى كلما كانت وسائل الإعلام أكثر وصولا إلى الجماهير وأوسع استخداما فسوف يقل دور الوسطاء فى نشر المعلومات. وقد تم تحليل بيانات الدراسة عن قها لاختبار هذا الفرض.

ولقد قمنا بمقارنة البيانات عن مصادر المعرفة بإعادة فتح قناة السويس وعن ملكية الراديو. واستخدمنا اختبار كا٢ حيث كانت كا٢ المحسوبة فى بيانات العينة تساوى ٣٨١. ٥٣ بينما كانت كا٢ المجدولة لدرجتين حرية وعند مستوى ٠٥، تساوى ٩٩. ٥ مما يدل على أنه يوجد فرق معنوى بين من يملكون الراديو ومن لا يملكونه بالنسبة لمصادر معلوماتهم، بمعنى أن مالكى الراديو قد تلقوا معلوماتهم من الإستقبال المباشر عن طريق وسائل الإعلام أكثر مما تلقى غير الملاك.

كذلك جدولنا بطريقة مزدوجة للمقارنة بين مصادر المعرفة بشهادات الاستثمار وعلاقاتها بملكية الراديو، فحصلنا على نتائج مماثلة للنتائج السابقة. وقد اختبرنا هذا الفرض باستخدام اختبار كا٢ حيث كانت كا٢ المسحوبة فى بيانات العينة تساوى ٣٨، ٤٩ بينما كانت كا٢ المجدولة لدرجتين حرية وعند مستوى ٠٥، تساوى ٩٩. ٥ تبين أنه يوجد فرق معنوى عند المستوى ٠٥،– بين من يملكون الراديو ومن لا يملكونه فى استقبالهم للأخبار.. ذلك أن أكبر نسبة للاستقبال المباشر للمعلومات من الراديو عن شهادات الاستثمار كانت لمن يملكون أجهزة راديو.

الجـــدول رقـــم (٣٣)

مصادر المعرفة بشأن شهادات الاستثمار

المصــــدر	العـــــدد	النسبة المئوية
الجرائد	٣٦	١٤.٥٪
الراديو	١١٩	٤٧.٨٪
التليفزيون	٤٤	١٧.٧٪
جميع وسائل الإعلام	١١	٤.٤٪
الاتصال المباشر	٧	٢.٨٪
لم أسمع عنها	٣٠	١٢.٠٪
لا إجابة على السؤال	٢	٨،–٪
إجمالـــى	٢٤٩	١٠٠٪

هذا ورغم أن الراديو هو أكثر وسائل الإعلام الشائعة الإستخدام فى القرية إلا أن التعرض له يتم بدرجات متفاوتة. كما أنه فى الإمكان أن نفترض أن ملكية الراديو فى المنزل تعطى فرصة أكبر، نسبيا، للتعرض إلى واحدة على الأقل من وسائل الإعلام. بينما تكون عدم الملكية مؤشرا لتعرض أقل لهذه الوسيلة.

ويمكن أن نستنتج من الجداول السابقة أن ملكية الراديو تتصل مباشرة بسريان المعلومات المتعلقة بمشاكل محددة عن التنمية.

وهذه النتائج تقترب كثيراً من النتائج التى أجراها هاريك فى دراسته (١).

وباختصار فإن النتائج هنا قد لا تتفق والافتراض بأن الرسالة تسرى على مرحلتين "the Two step Flow"(٢). إذ أننا نجد أنه كلما زاد التعرض لوسائل الإعلام كلما كان الحصول علي المعلومات مباشرا بدرجة أكبر. وبالتالى فإنه يمكن القول بأن دور الاتصال المباشر فى نشر المعلومات قد يقل كلما زاد التعرض لوسائل الإعلام.

وهنا يتطرق إلى أذهاننا سؤال هل أننا نواجه هنا بمشكلة الإختيار بين الثقة فى نتائج دراسة حالة ما والثقة فى نتائج دراسة حالة أخرى؟ والإجابة هى أننا لا نواجه هذه المشكلة.

فقد اكتشف لازار سفيلد وزملاؤه أن الناخبين الذين لم يتخذوا قرارهم بعد يتأثرون بالاتصالات الشخصية أكبر من تأثرهم بوسائل الإعلام.

ولكن هؤلاء الباحثين لم يقدموا أى برهان على أن رسائل وسائل الإعلام لا تصل إلى الجماهير العامة مباشرة.

وفى الواقع فإن البيانات الواردة فى كتاب اختيار الناس The People's Choce تظهر أن رسائل وسائل الإعلام تصل فعلا إلى أغلبية الناس مباشرة، إذ قرر ٦٨٪ (٤٠١فرد) أن الراديو كان مصدرا معاونا فى اتخاذهم لقرار التصويت(٣).

(1) Harik 1974 op. cit., p. 151.
(2) Lazarsfeld et al., 1955, op. cit., p. 45 "Ideas often flow from the mass media to opinion leaders and from them to the less active section of the population".
(3) Lazarsfeld et al., 1948, op. cit. p. 127.
Harik, 1973, op, cit., p. 153

وقد لاحظ كاتز Katz الهوة بين الدليل والتعميم، ولذلك كتب بأنه من المحتمل أن الآثار الناجمة عن وسائل الإعلام تصل أولا إلى قادة الرأى الذين يمررون بدورهم ما قرأوه وسمعوه إلى رفاقهم الخاضعين لتأثيرهم(١).

وفى مناقشة الفرض الذى وضعناه نجد أن قادة الرأى يخبرون بعض الأفراد، ولا يمنع هذا أن غالبية الناس يستقبلون المعلومات استقبالا مباشرا. أما عن موضوع التأثير على الآخرين فى اتخاذ القرار، وهو موضوع أساسى فى كتاب إختيار الناس»، فإنه لا ينبغى أن يكون مبهما بأنماط نشر المعلومات.

هذا ويهم أن نوضح إننا نبحث فى هذا الكتاب فيما لو أن وسائل الإعلام تستطيع التأثير على مدى ما يعرفه القروى، خاصة وأن اللغة التى تستخدمها وسائل الإعلام غالبا ما تكون لغة عربية فصحى بينما أن غالبية القرويين من الأميين ويستخدمون اللغة العامية. ومن ثم قد لا يمكن الزعم بأن مجرد التعرض لوسائل الإعلام مؤشر كاف على فهم البرامج التى تقدمها هذه الوسائل الإعلامية.

وقد تم سؤال افراد العينة عن الهدف من إعادة فتح قناه السويس، وعن شهادات الاستثمار.

وعن الهدف من إعادة فتح قناة السويس يوضح الجدول رقم ٣٤ أن ٧٨.٧٪ من أفراد العينة أفادوا بأن الهدف هو زيادة الدخل القومى. وهذا يظهر أن إدراكهم السياسى والإجتماعى إدراك مرتفع طالما أن زيادة الدخل القومى واحد من العناصر الرئيسية المميزة لإعادة فتح قناة السويس (بجانب عناصر أخرى سياسية واقتصادية).

أما عن الهدف من شهادات الإستثمار، فإن الجدول رقم ٣٥ يصور أن ٣١.٧٪ من أفراد العينة ذكروا أن الشهادات تعتبر وسيلة ادخار لضمان المستقبل. وقد يكون السبب فى هذه الإجابة أن وسائل الإعلام تركز على هذه النقطة بانتظام. ومن النادر أن نجد أن نجد وسائل الإعلام تذكر الفوائد التى تجنيها الدولة من مثل

---

(1) Elihu Katz, "The two Step flow ofCommunication: An Up-to- date Report on an Hypothesis", **Public Opinion Quarterly**, 21, 1954, p. 61.

هذه الأنشطة والمشاركة أو الدور الذى قد يلعبه الفرد فى خدمة الإقتصاد القومى، الأمر الذى تؤيده النسبة الصغيرة من أفراد العينة ١٤.١٪، الذين أجابوا بأن هدف شهادات الاستثمار هو استثمار المبالغ فى مشروعات جديدة للدولة، كما يؤيد ذلك أيضا ١٥.٧٪ من أفراد العينة قالوا أن هدف شهادات الاستثمار هو خدمة الإقتصاد القومى .

الجدول رقم (٣٤)

الهدف من اعادة فتح قناة السويس

المصدر	العدد	النسبة المئوية
زيادة الدخل القومى	١٩٦	٧٨.٧٪
زيادة الخامات والمواد اللازمة للتنمية	٩	٣.٦٪
تسهيل التجارة العالمية	-	-
مرور سفن البلاد الصديقة	٢	-,٨٪
زيادة السياحة	-	-
زيادة الدخل الفردى	٧	٢.٨٪
زيادة الاستيراد وتوفير السلع	٧	٢.٨٪
إنعاش المناطق الحرة فى القناة	٥	٢.١٪
تقوية مركز مصر الدولى	١٤	٥.٦٪
لا إجابة على هذا السؤال	٩	٣.٦٪
إجمالى	٢٤٩	١٠٠٪

وتظهر هذه النتائج مدى فاعلية وسائل الإعلام كأداة للإتصال حتى فى التجمعات الريفية. كما أن هذه النتائج تضعف ما يقال من أن رسائل وسائل الإعلام غالبا ما تكون غير مفهومة لغالبية الجماهير فى الدول النامية.

غير أنه كما أوضحنا فإن هناك أنواع معينة من الرسائل لا تستطيع وسائل الإعلام توصيلها لجماهير الناس.

الجدول رقم (٣٥)

الهـــدف من شهـــادات الاستثمـــار

المصـــدر	العـــدد	النسبة المئوية
التوفير	٧٩	٪٣١.٧
إستثمار المبالغ المتجمعة فى مشروعات جديدة للدولة	٣٥	٪١٤.١
مجرد نوع من أنواع اليانصيب له مكسب معين	٦٥	٪٢٦.١
فى خدمة الإقتصاد القومى	٣٩	٪١٥.٧
أكثر من سبب واحد	٦	٪٢.٤
لا إجابة على هذا السؤال.	٢٥	٪١٠.٠
الإجمالـــى	٢٤٩	٪١٠٠

وسائل الاعلام وزيادة الطموح

تحدث عملية التنمية – عادة – مع وجود زيادة فى الطموح، أى أنه لابد من حث الناس وإثارتهم للمناضلة من أجل حياة أفضل ومن أجل زيادة فى التنمية القومية. ومن المعتقد أن وسائل الإعلام قادرة على زيادة الطموح الشخصى والقومى. وبالتالى فإننا نفترض أن: التعرض لوسائل الإعلام متصل بزيادة طموح الفرد تجاه نفسه وأولاده.

وقد تم تحليل بيانات المسح الذى أجرى بقها للتحقق من صحة هذا الافتراض واختبرنا آثار وسائل الإعلام فى إثارة طموح الفرد. وسؤال أفراد العينة عما إذا كانوا يعتقدون أن الفرد سيتأثر بفوائد إعادة فتح قناة السويس، يوضح

الجدول رقم ٣٦ أن ٩٠٪ من أفراد العينة أجابوا بالإيجاب، بينما أجاب ٨٪ بالنفى، ولم يجب ٢٪ على هذا السؤال.

وقد انعكست السياسة الجديدة للحكومة، التى تعتمد على التوفيق بين متطلباتها وبين إشباع رغبات الأفراد وتحقيق الرفاهية لهم، على إجابات الأفراد إذ قال أحد أفراد العينة على سبيل المثال أليس إعادة فتح قناة السويس قرارا حكوميا...؟ إذن فهو فى صالحنا تماماً.

الجدول رقم (٣٦)

الطموح الشخصي والقومي

بشأن تأثر الفرد العادي بفوائد اعادة فتح القناة

الإجابة	العدد	النسبة المئوية
- نعم أعتقد	٢٢٤	٩٠٪
- لا أعتقد	٢٠	٨٪
- لا إجابة	٥	٢٪
الإجمالى	٢٤٩	١٠٠٪

ولاختبار وجود علاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وطموح الفرد فيما يتعلق بتأثره بفوائد إعادة فتح قناة السويس استخدمنا اختبار كا٢ حيث كانت كا٢ المحسوبة فى بيانات العينة تساوى ١٢.٢١٢ بينما كانت كا٢ المجدولة لدرجة حرية ١ وعند مستوى ٠.٠٥ تساوى ٣.٨٤١ تبين. أنه يوجد فرق معنوى بين الذين تعرضوا للراديو والذين لم يتعرضوا له بالنسبة لطموحهم بشأن فوائد إعادة فتح قناة السويس.

ومن هنا يمكن القول بأن التنمية القومية وقوة الدولة وعظمتها مرتبطة بالطموح الشخصى لأفراد العينة.

وفيما يتعلق بطموح أفراد العينة بالنسبة لأوجه نشاطهم فى الحياة، يبين الجدول رقم ٣٧ أن ٤١.٤٪ منهم يرغبون فى تحقيق مستوى أفضل للحياة من مأكل ومسكن وملبس وانتقال، وأن ١١.٢٪ منهم لديهم طموح لتعليم أنفسهم وأولادهم، وأن ٣٧.٣٪ منهم لديهم تطلعات استثمارية، وأن ١٠.١٪ لم يردوا على هذا السؤال.

الجدول رقم (٣٧)

الوان الطموح الشخصي

الطموح	العدد	النسبة المئوية
- أشترى أرضاً أو ماشية	٧٠	٢٨.١٪
- أوفر النقود أو أشترى شهادات استثمار	٤	١.٦٪
- أغير فى طريقة حياتى إلى مستوى الأفضل	١٠٠	٤٠.٢٪
- أشترى آلات حديثة للزراعة	٦	٢.٤٪
- أرسل أولادى إلى الجامعة أو المدرسة	٢٠	٨.٠٪
- أترك القرية السكن فى المدينة	٣	١.٢٪
- أشترى تليفزيون أو راديو	١٣	٥.٢٪
- أذهب لأتعلم فى المدرسة.	٨	٣.٢٪
- لا إجابة على هذا السؤال.	٢٥	١٠.١٪
إجمالى	٢٤٩	١٠٠٪

وتبدو هذه الإجابات متناقضة مع نتائج بعض الدراسات التى أجراها بعض الباحثين فى هذا المجال والتى أظهرت أن معظم الفلاحين يتميزون بانخفاض طموحهم إلى أقصى درجة نتيجة لقلة الموارد، وانغلاق الفرص، والأسلوب القاسى في تربيتهم فى طفولتهم وأنهم مستغلون بواسطة الاخرين كنتيجة للظروف الراسخة الصلدة التى خلقتها عهود الاستعمار (١).

(1) Rogers, 1969, op. cit., p. 243

هذا وقد قمنا باختبار العلاقة بين طموح الفرد والتعرض لوسائل الإعلام، واستخدمنا في ذلك اختبار كا٢، حيث كانت كا٢ المحسوبة في بيانات العينة تساوى ٢٩.٠٩٦ مقابل كا٢ المجدولة لدرجتين حرية وعند مستوى ٠٠٥، وتساوى ٥.٩٩١ مما يدل على وجود فرق معنوى بين من يتعرضون لوسائل الإعلام ومن لا يتعرضون لها فيما يتصل بألوان الطموح.

ومما تقدم يمكن القول بأن التعرض لوسائل الإعلام متصل بزيادة ألوان الطموح الشخصية.

الجدول رقم (٣٨)

الوان الطموح لدي الاباء تجاه أولادهم

الطمـــوح	العـــدد	النسبة المئوية
١- فلاح	١٢	٤.٨٪
٢ - ضابط جيش أو بوليس	٣٨	١٥.٣٪
٣ - محامى أو قاضى	١٠	٤.٠٪
٤ - طبيب أو مهندس	١١٧	٤٧.٠٪
٥ - موظف حكومى	٣٢	١٢.٩٪
٦ - عامل فنى	١٢	٤.٨٪
٧ - ممرض أو ممرضة	١	٠.٤٪
٨ - مدرس	١١	٤.٤٪
٩ - أى مهنة أخرى	-	-
١٠- لا إجابة على هذا السؤال	١٦	٦.٤٪
الإجمالـــى	٢٤٩	١٠٠٪

وألوان الطموح التعليمى، سواء التعليم العالى أو الفنى، من جانب الاباء تجاه أبنائهم شرط أساسى آخر للتغيير الاجتماعى وبالتالى للتنمية. ولقد تكررت هذه الألوان كثيراً فى عينتنا. والجدول رقم ٣٨ يوضح ذلك ويبين أن ٦٦.٣٪ من العينة

لديهم طموح مرتفع (أو عال) إذ يأملون أن يكون أبناؤهم أطباء أو مهندسين أو ضباطاً أو محامين، وأن ١٧.٣٪ لديهم طموح متوسط حيث يأملون أن يصبح أولادهم من موظفي الحكومة أو المدرسين. وأن ١٠٪ لديهم طموح منخفض حيث يريدون أن يكون أبناؤهم فلاحين أو عمال أو ممرضين وممرضات، وأن ٦.٤٪ فقط من أفراد العينة لم يجيبوا على السؤال.

وتجدر الإشارة هنا إلى أن ٦٧.٥٪ من أفراد العينة لديهم أولاد التحقوا أصلا بالمدارس كما يوضح ذلك الجدول رقم ٣٩. وأن ٤١٪ من أفراد العينة لديهم أبناء حاصلون على شهادات علمية كما يوضح ذلك الجدول رقم ٤٠. ولهذين الجدولين دلالة هامة وواضحة وهى أن القرويين لا يتجهون فقط إلى تعليم أبنائهم القراءة والكتابة بل إنهم يحثون أبنائهم على مزيد من الدراسة.

الجدول رقم (٣٩)

عدد الابناء الملتحقين بالمدارس

عدد الأبناء	العدد	النسبة المئوية
- لا يوجد	٦٣	٢٥.٣٪
- واحد	٤١	١٦.٥٪
- إثنان	٤٦	١٨.٥٪
- ثلاثة أو أربعة	٦٥	٢٦.١٪
- خمسة أو ستة	١٠	٤.٠٪
- أكثر من ستة	٦	٢.٤٪
- لا إجابة على هذا السؤال	١٨	٧.٢٪
إجمالى	٢٤٩	١٠٠٪

ولاختبار العلاقة بين طموح الآباء تجاه أولادهم والتعرض لوسائل الإعلام إستخدمنا اختبار كا٢، حيث كانت كا٢ المحسوبة فى بيانات العينة تساوى ١٤.٧٥٦ بينما كانت كا٢ المجدولة لدرجتين حرية وعند مستوى ٠.٠٥ وتساوى ٥.٩٩١ مما يدل على وجود فرق معنوى بين من تعرضوا لوسائل الإعلام ومن لم يتعرضوا لها فيما يتصل بالطموح تجاه الأولاد.

ومن ثم يمكننا القول بأن التعرض لوسائل الإعلام متصل بطموح الفرد تجاه أولاده.

الجدول رقم (٤٠)

عدد الأبناء الحاصلين علي شهادات علمية

عدد الأبناء	العدد	النسبة المئوية
- لا يوجد	١٢٤	٪٤٩.٨
- واحد	٤٤	٪١٧.٧
- إثنان	٣٣	٪١٣.٢
- ثلاثة أو أربعة	٢٠	٪٨.٠
- خمسة أو ستة	٤	٪١.٦
- أكثر من ستة	١	٪٠.٤
- لا إجابة على هذا السؤال	٢٣	٪٩.٢
إجمالى	٢٤٩	٪١٠٠

هذا ولقد أظهر هذا الفصل من الكتاب أن وسائل الإعلام تشجع الطموح الشخصى والقومى، وأن أفراد العينة التى أجريت عليها الدراسة فى قرية «قها» يرغبون حقاً لأنفسهم ولأولادهم حياة أفضل من حياتهم الحالية.

الخلاصـــة:

يمكن أن نستخلص من هذا الفصل ما يلي:

١ – أن وسائل الإعلام قنوات ذات فاعلية فى نشر المعلومات الاجتماعية أكثر من الإتصال المباشر وهو ما توصلنا إليه فيما قبل.

٢ – أظهرت هذه الدراسة أن رسائل معظم وسائل الإعلام تصل إلى غالبية الجماهير مباشرة وبفاعلية.

٣– تشير هذه الدراسة إلي وجودة علاقة بين التعرض لوسائل الاعلام والادراك الاجتماعى .

٤– التعرض لوسائل الاعلام يوسع آفاق الفلاحين ويوجه اهتمامهم الى المسائل القومية أكثر من المسائل المحلية .

٥– التعرض لوسائل الاعلام متصل بطموح الفرد تجاه نفسه وأولاده.

٧– تميل رسائل وسائل الاعلام الي ان تتكيف حسب علاقتها أو ارتباطها بالحياة المحلية وشئونها .

الفصل الحادى عشر

دور وسائل الاعلام فى
عملية اتخاذ القرار

مقدمة :

اشرنا فيما تقدم الى أن التنمية هى نوع من التغيير الاجتماعى فتدخل الافكار المستحدثة الى النظام الاجتماعي لتحسين مستويات المعيشة وزيادة الدخل القومى ودخل الفرد عن طريق استخدام طرقا احدث للانتاج ومن خلال عمل المنظمات الاجتماعية المتطورة (١).

وسيناقش هذا الفصل ذلك من خلال التعرض لدور وسائل الاتصال حيث نعرض أولا للافكار المستحدث ودور وسائل الاعلام فيها ثم نعرض لمشكلة تزايد اعداد السكان ودور الاتصال فيها.

الافكار المستحدثة

وفى رأينا أن تبنى الابتكارات والأفكار المستحدثة عنصر جوهرى فى عملية العصرية والتنمية. والفكرة المستحدثة هى فكرة أو ممارسة أو موضوع يدركه فرد باعتباره جديد: وتبنى هذه الفكرة هو أحد مظاهر أسلوب الحياة المتغير، سواء كانت الفكرة المستحدثة فى مجال الزراعة أو الصحة أو تنظيم الأسرة أو السياسية وهذا التبنى هو فى معظم الأحوال تغيير سلوكى أكثر مما هو تغيير إتجاهي أو إدراكى كما أن تبنى الأفكار المستحدثة هو الاختبار الحقيقى لمعرفة ما إذا كان الفرد يقبل إسلوباً للحياة أكثر تعقيداً ومتقدم تكنولوجيا وسريع التغيير أو لا يقبله.

والجديد فى أى فكرة مستحدثة لا يكون بالضرورة فى معرفة جديدة. إذ قد تكون الفكرة المستحدثة معروفة لفرد لبعض من الوقت. بمعنى أن يكون مدركا للفكرة،

---

(1) Rogers, 1973, op. cit., p. 272.

قبل أن يظهر نحوها إتجاها مؤيدا أو غير مؤيد ويتبناها أو يرفضها. وعليه فقد يكون التغيير عن حداثة الفكرة المستحدثة فى المعرفة أو فى الاتجاه أو فى قرار استخدامها(١).

خصائص الافكار المستحدثة

لا ينبغى أن نفترض، كما كان يحدث كثيراً فى الماضى، أن كل الأفكار المستحدثة تتشابه فى أسلوب تحليلها. ويظهر ذلك بوضوح بالنسبة للتعقيم والحبوب باعتبارهما من الأفكار المستحدثة فى تنظيم الأسرة. فالتعقيم قد يستغرق إنتشار تبنيه عشرين عاماً فى بلد ما، بينما تتطلب الحبوب خمس سنوات فقط للوصول إلى نفس درجة الاستخدام (٢).

ومن ثم فإن خصائص الأفكار المستحدثة كما يدركها المستقبلون لها تعتبر عاملا هاماً فى تحديد المعدلات اللازمة لتبنيها. وهذه الخصائص هى:

١ – الفائدة النسبية : Relative Advantage

وهى الدرجة التى يدرك الفرد عندها ان الفكرة المستحدثة أفضل من سابقتها. هذا ويمكن قياس درجة الفائدة النسبية من وجهة النظر الاقتصادية، كما يمكن قياسها أيضاً عن طريق الهيبة الاجتماعية، وتقاس كذلك على أساس درجة ملاءمتها ورضاء المستقبلين عنها. والذى يهمنا فى الحقيقة هو أن يدرك الفرد أن الفكرة المستحدثة مفيدة. وكلما زاد إدراك المجتمع للفائدة النسبية للفكرة المستحدثة كلما زادت سرعة معدل تبنيها.

٢– الملائمة : Compatibility

وهى الدرجة التى يتبين الفرد عندها أن الفكرة المستحدثة ملائمة أو تتفق مع القيم الموجودة فى المجتمع، ومع خبرات الماضى واحتياجات المستقبلين. والفكرة

(1) Rogers, 1973, op. cit., p. 15.
(2) Rogers, 1973, op. cit., p. 272.

التى تتلاءم مع القيم والعادات السائدة فى النظام الاجتماعى ومع الخبرات السابقة والاحتياجات الحالية للمستقبلين، لن يتم تبنيها بنفس معدل سرعة تبنى الفكرة المستحدثة الملائمة.

ولتبنى فكرة مستحدثة غير ملائمة، يقتضى الأمر - غالباً - أن يسبقها تبنى لنظام جديد من القيم. وعلى سبيل المثال، فإن تبنى وسائل تنظيم الأسرة قد يتطلب القبول مسبقاً بنمط الأسرة الصغيرة.

٣ - التعقيد: Complexity

وهى الدرجة التى يتبين الفرد عندها أن الفكرة المستحدثة صعبة - نسبياً - على الفهم مما يؤدى إلى صعوبة استعمالها. هذا ونجد أن معظم أعضاء النظام الاجتماعى لديهم الاستعداد لفهم بعض الأفكار المستحدثة. أما البعض الآخر من الأفكار المستحدثة فلا يلقى نفس القبول، ومن ثم فإن تبنيها يكون أبطأ من تبنى الأولى. وعلى سبيل المثال، فإن فترة الأمان، وهى إحدى أساليب تنظيم الأسرة، تتطلب على الأقل بعض الفهم عن ميكانيكية الإنجاب وهى لذلك قد تعتبر فكرة معقدة.

٤ - القابلية للتجربة : Triability

وهى الدرجة التى قد تختبر فيها الفكرة المستحدثة على نطاق محدود. والأفكار المستحدثة التى يمكن تجريتها على مراحل يكون تبنيها أسرع، بصفة عامة، من الأفكار المستحدثة التى لا يمكن تجريتها. هذا ويهم أن نقرر، بصفة جوهرية، أن الأفكار المستحدثة التى يمكن اختبارها تقل مخاطرها من وجهة نظر الفرد الذى يقيمها. وعلى سبيل المثال، فإن حبوب منع الحمل سهلة الاختبار - حث يتم تجريتها - ولذلك فإن فرصة تبنيها أكبر من فرصة تبنى فكرة مستحدثة أخرى يصعب تجريتها كالتعقيم مثلا.

٥ - امكانية الملاحظة : Observability

وهى الدرجة التى تكون فيها نتائج الفكرة المستحدثة مرئية للآخرين. وكلما

سهل على الفرد أن يرى نتائج الفكرة المستحدثة، كلما زاد احتمال تبنيه لها. ومن المعلوم أن إمكانية ملاحظة نتائج الأفكار المستحدثة فى تنظيم الأسرة أقل بكثير من إمكانية ملاحظة نتائج الأفكار المستحدثة فى الزرعة مثلا كالأفكار المستحدثة عن المخصبات الكيميائية والمحاصيل الجديدة المتنوعة.

فإذا تواجدت الفكرة المستحدثة بالخصائص المذكورة، فينبغى - إذا كان لها أن تنتشر إلى أبعد من مخترعها - أن يأخذ الاتصال مكانه بين المرسل والمستقبل. وهنا نحول انتباهنا إلى قنوات الاتصال المستخدمة لنشر الفكرة المستحدثة.

قنـــوات الاتصـــال

من المتفق عليه أن وسائل الإعلام يمكن أن تكون ذات نفع عظيم فى عملية اتخاذ القرار التى هى عنصر أساسى فى عملية التنمية الاجتماعية.

هذا وسنحاول فى هذا الفصل أن نقيم دور وسائل الإعلام فى عمية اتخاذ قرار من أجل تبنى ابتكار أو فكرة مستحدثة.

ويمكن لوسائل الإعلام أن تعاون بطريقة غير مباشرة فقط، فى عملية اتخاذ القرارات للتنمية ذلك أن هذه العملية تتطلب فى كثير من الأحوال تغيير الاتجاهات الراسخة أو الممارسات ذات القدر لدي الأفراد. ولم يثبت أن لوسائل الإعلام فاعلية فى التغلب على الاتجاهات والقيم أو التقاليد الاجتماعية الراسخة. وهذه التقاليد تعتبر راسخة لأسباب كثيرة، منها أنها وجدت مجزية على مدى زمن طويل(1). كما أنها غالباً ما تكون، من وجهة النظر الاجتماعية، موضع رضى العائلة أو غيرها من الجماعات ذات المكانة الهامة عند الفرد. كما أن الفرد عادة ما يشعر أنه هو نفسه جزء من مثل هذه الاتجاهات والعادات وأن تغييرها يسبب له آلاماً شخصية ويباعد بينه وبين الحياة والرفاق الذين يتعايش معهم ويتعاطف معهم. ومن هنا فإن هذه التقاليد الاجتماعية الراسخة تجد من يدافع عنها دفاعاً قوياً.

---

(1) Scharmm, 1964, op. cit., p. 132.

ويمكن لنا أن نتعرف على مدى قوة هذا الدفاع إذا ما طالعنا الدراسات التى أثبتت أن النفس الإنسانية يمكن أن تذهب إلى أقصى مدى فى صد النقد الموجه إلى والهجوم على المعتقدات والاتجاهات الراسخة. وعادة ما يختار الناس ما يؤيد معتقداتهم القوية من أنباء أو إذاعات أو مقالات ولا يأخذون أو لا يتذكرون ما دون ذلك[1] وإذا تصادف وحصلوا عن طريق وسائل الإعلام، على معلومات ليست فى صالح معتقداتهم القوية فرنهم، غالباً، يلجأون إلى تغييرها أو تحريفها.

ويعتقد شرام أن **السيطرة الاجتماعية** المباشرة على الاتجاهات تأتى، فى معظم الأحوال، عن طريق **العلاقات الاجتماعية** بواسطة الأشخاص الذين يعجب بهم المرء ويحترمهم، أو بواسطة الجماعات التى ينتمى إليها المرء أو يتطلع للانتماء إليها[2]. ومن السهل فهم ذلك، إذ أن الفرد يتمتع بقسط كبير من تجاربه المتعة فى نطاق الجماعة، سواء كانت **الجماعة العائلية أو جماعة العمل** أو **جماعة الترفية المكونة من أخلص الأصدقاء فى النادى**، أو الجماعة المعتنقة نفس المبادىء السياسية أو الجماعة التى تشاركه الثقافة وتستمتع بها. وهكذا يتعلم الفرد فى أى من هذه الجماعات أن يؤدى دوراً معيناً وأن يتبع قواعد معينة.

ومن ثم فإن ميكانيكية الإتصال المباشر والقرار الجماعى هما الأساس فى عملية اتخاذ القرار. ووسائل الإعلام تستطيع هنا أن تعاون بطريقة غير مباشرة بتغذية المناقشة بالمعلومات، وبخلق الادراك، وبتوضيح القضايا المثارة.

هذا ويمكن أن نستنتج من البحوث التى أجريت عن الاتصال وظائف أساسية لوسائل الإعلام فى عملية نشر الأفكار المستحدثة كما يلى [3]:

---

(1) Festinger, 1962, o cp, cit.
lazarsfeld, berelson, and Gaudet, 1948, op. cit.
Berelson, Lazarsfeld, and Mc phee, 1954, op. cit.

(2) Schramm, 1973, op. cit., p. 133.

(3) - UNESCO, **Communication Media, Family Planning & Development,** Population Communication: Technical Documentation, Paris: No. 1 : 1975, p. 23

وظائف الاتصال لنشر الافكار المستحدثة:

١ - وظيفة الحث : Motivation

وهذه الوظيفة تتمثل فى البرامج المصممة لإثارة الاهتمام والتنبيه والحث، بصفة عامة، على تبنى فكرة مستحدثة مثل تنظيم الأسرة.

٢ - وظيفة التقييم: Evaluation

وهى تتمثل في البرامج المصممة لتقديم المعلومات لهؤلاء المهتمين بموضوع معين ويبحثون عن مواد إضافية - وصفية أو تحليلية - لكى تساعدهم على تقييم ما يبحثون فيه.

٣ - وظيفة الاخبار Information

وهى الرسائل القصيرة التى يقصد بها تقديم الفقرات الإخبارية البسيطة مثل إعطاء معلومات عن أماكن وجود العيادات الطبية وعدد ساعات العمل بها .

٤ - وظيفة التعزيز Reinforcement

إنه للاهتمام بموضوع ما أو للحفاظ على عادة معينة، فإنه يجب أن تقوم بعملية تعزيز. ففى مجال كتنظيم الأسرة، حيث يجب التمسك والالتزام بوسائلها، فإن التعزيز والتأكيد المستمر أمر مطلوب.

٥ - الوظيفة المهنية: Professionals

وهى البرامج المصممة للمجموعات وللأفراد المرتبطين مباشرة بأعمال التنمية مثل البرامج التى تعد للعاملين فى ميادين التنمية وللمدرسين وللأطباء وللقابلات.

هذا ونعتقد أن التعرض لوسائل الإعلام يؤدى إلى خلق إتجاه مؤيد، بصفة عامة، للتغيير ولكن هذا التعرض نادراً ما يؤدى إلى تغيير اتجاهات محددة بالنسبة للأفكار المستحدثة، وخاصة الاتجاهات الراسخة مثل الاتجاهات المتصلة بتنظيم الأسرة.

ويخلص روجرز Rogers وسفيننج Svenning من تحليلهما الذى إجرياه في كولومبيا بأن الدور الرئيسي لوسائل الإعلام قد يكون فى خلق مناخ العصرية Climate of Modernization أكثر منه فى تقديم التفاصيل المحددة المطلوبة لتبنى الأفكار الحديثة (1).

وفى رأينا أن مناخ: العصرية وهو مزيج من معلومات الفرد واتجاهاته ومعتقداته وسلوكه: هو الذى يكون ميله العقلى إلى التغيير. هذا وإن الفرد الذي تصف بأنه يتمتع بمناخ العصرية يمكن أن يتحلى بالخصائص التالية:

١ - البحث النشيط عن المعلومات عن الأفكار المستحدثة. وهذا الفرد يعرف أن بيئته تتغير وأنه من المهم له أن يسعى إلى فهم هذه التغييرات، بدلا من أن يعتمد على الوسائل التقليدية فى التغلب فى مشكلاته.

٢- الاتجاه المؤيد للتغيير. والفرد الذى يمتلك مناخ العصرية يهتم بالأفكار المستحدثة ولا يرفضها بمجرد أنها أفكار جديدة بل يعمل على دراستها وفهمها أولا.

٣- التطلعات الأعلى. هذا الفرد يرغب فى الحصول على أكثر مما لديه، سواء كان ذلك فيما تعلق بمستوى معيشته أو قسط التعليم والمكانة المهنية التى وصل إليها هو وأولاده.

٤ - الانضباط الذاتى المحسوس Perceived Self-Control. وحيث يعتقد أن بإمكانه السيطرة أو التحكم في مستقبله مفضلا ذلك على أن يترك مستقبله بين أيدى الآخرين أو أن يتركه للقدر. هذا وإن مثل هذا الاعتقاد عن الانضباط الذاتى أمر ضرورى للفرد حتي يمكن أن يؤيد تبنى الأفكار المستحدثة كوسيلة ملائمة لتحسين حياته.

---

(1) Rogers and Svenning, 199, op. cit., p. 116.

وفى رأينا أن مناخ العصرية يعد تمهيداً للأرض الخصبة لتبنى الأفكار المستحدثة.

هذا ويرى روجرز أن قناة الاتصال التى تصل بها الأفكار المستحدثة إلى المستقبل مهمة إيضاً فى تحديد قراره بتبنى أو رفض الابتكار. ومن المعتاد أن اختيار قناة الاتصال يتوقف على المصدر. ويجب أن يتم هذا الاختيار فى ضوء الغرض من عملية الاتصال والجمهور الذى ستبعث له الرسالة فإذا كان هدف المصدر مجرد أن يبلغ المستقبل بالفكرة المستحدثة فغالبا ما تكون قنوات وسائل الإعلام هى الأسرع والأكفأ خاصة إذا كان الجمهور المستقبل كبير العدد (١).

ومن المعلوم أن قنوات وسائل الإعلام هى كل الأدوات التى تنقل الرسائل الإعلامية وهى تتضمن، ضمن ما تضمنته، الصحيفة والراديو والتليفزيون التى تمكن مصدراً واحداً أو مجموعة قليلة من الأفراد من الوصول إلى جمهور عريض.

وفى الناحية الأخرى، إذ كان هدف المصدر إقناع المستقبل بتكوين اتجاه مؤيد للابتكار، فإن الاتصال المباشر يكون أكثر فاعلية. والاتصال المباشر يتضمن تبادل الرأى وجها لوجه بين المصرد والمستقبل (٢).

ومع ذلك فإنه فى ظروف معينة تكون تأثير وسائل الإعلام فى تغيير الاتجاهات لتأييد الفكرة المستحدثة مساوياً لتأثير الإتصال المباشر ومن هذه الظروف ما يلى:

١- عندما تكون الاتجاهات غير راسخة lightly held.

٢ - عندما يمتلك المرسل، وتكتسب، القناة درجة عالية من الثقة فى نظر المستقبلين.

---

(1) Rogers 1973, op. cit., p. 262.
(2) Rogers 1973, op. cit., p. 271.

٣ - عندما تكون هناك درجة عالية من التجانس بين المصدر والمستقبل.

٤ - عندما تستخدم عدة قنوات لوسائل الإعلام فى مزيج واحد وبالتالى فإن تأثير كل منها يعزز تأثير الأخرى.

ومن كل ما تقدم، نستطيع القول أن إختيار قناة الاتصال ينبغى أن يتم فى ضوء هدف الاتصال والجمهور المستهدف. إن قناة الاتصال، التي تصل بها الأفكار المستحدثة إلى المستقبل، تعتبر وسيلة هامة فى تحديد قراره فى تبنى الفكرة المستحدثة أو فى رفضها. وإذا كان هدف المرسل هو مجرد إخبار المستقبل بالفكرة المستحدثة، فإن قنوات وسائل الإعلام هى الأسرع والأكفأ خاصة إذا كان الجمهور ضخماً وعريض.

وفي ضوء ما ذكرناه فى هذا الفصل يمكن لنا أن نصوغ افتراضنا العام على النحو التالى:

فى عملية اتخاذ القرار بشأن الابتكار أو الفكرة المستحدثة تكون قنوات وسائل الإعلام أهم نسبياً فى مرحلة المعرفة، بينما تكون القنوات المباشرة أهم نسبياً فى مرحلة الإقتناع وسنبين هذا فى الصفحات التالية.

عملية اتخاذ القرار بشأن الفكرة المستحدثة

إن عملية اتخاذ القرار بشأن الفكرة المستحدثة هى عملية ذهنية، أى تتصل بعقل الفرد. ذلك أنه ينتقل من خلال تفكيره من مرحلة المعرفة الأولى بالفكرة المستحدثة إلى مرحلة اتخاذ قرار بتبنيها أو برفضها، ثم إلى تأكيد هذا القرار.

ويضع روجرز "Rogers" وشوماكر "Shoemaker" إطاراً يتضمن أربع وظائف أساسية فى هذه العملية [1]. وهذه الوظائف هى:

---

(1) Rogers and Shoemaker, 1971,op. cit., p. 132.

١ – المعرفــة: حيث يتعرض الفرد لوجود الفكرة المستحدثة ويحصل على بعض الفهم عن كيفية تحقيقها.

٢ – الاقتناع : إما أن يكون الفرد إتجاها مؤيداً للفكرة المستحدثة أو أن يكون إتجاها ضدها.

٣ – القرار: ينهمك الفرد فى الأنشطة التى تؤدى به إلى اختياره، إما بتبنى الفكرة المستحدثة أو برفضها.

٤ – تأكيد القرار : إما أن يسعى الفرد إلى تدعيم القرار الذى اتخذه بشأن الفكرة المستحدثة بأن يؤكده ويستمر فى تنفيذه، أو أن ينقلب على قراره السابق إذا تعرض إلى رسائل متناقضة حول الفكرة المستحدثة.

ولكى نوضح هذه الوظائف، أو المراحلك الأربع في عملية اتخاذ القرار بشأن الأفكار المستحدثة فسوف نقوم بمناقشتها من خلال التعرض إلى حملة تنظيم الأسرة.

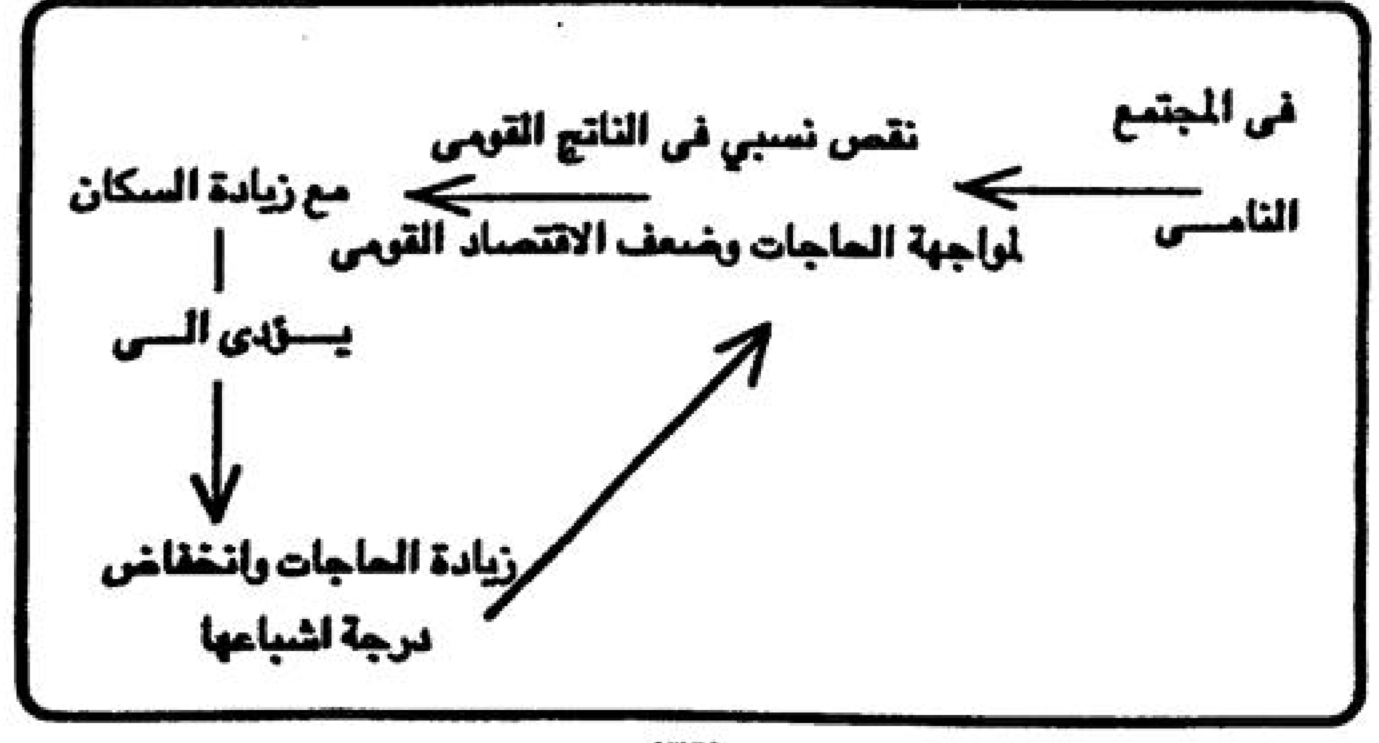
دور الاتصال
فى مشكلة التضخم السكانى

ينصب، عادة مفهوم المشكلة السكانية على التزايد السكاني بمعدلات سريعة هذا التزايد الذى يعد سمه من سمات الدول النامية، أو الاقل نموا وبزيادة التعمق فى مفهوم المشكلة السكانية نجد ان تلك المشكلة قد تظهر فى دول متعددة لاسباب تنبع اساسا من طبيعة التركيبة السكانية وحاجاتها . ومن المعلوم ان للسكان في كل مجتمع – وليس النامى فحسب – مشكلات متعددة يمكن تصنيفها تحت المشكلة الرئيسية الام وهى «عدم تلبيته الحاجات»: حاجات الفرد والمجموع وكذا حاجات حكوماتهم، وهى حاجات متنوعة ومختلفة فى المجتمع الواحد وبين المجتمع والاخر.

ولذلك فان نوعية وطبيعة وحجم المشكلة السكانية تختلف بين هذا المجتمع وذاك نتيجة لاختلاف تلك الحاجات التى تعتمد على عوامل متعددة مثل طبيعة وخصائص السكان وحجم الثروة الطبيعية للمجتمع ومعدلات الناتج والاستهلاك

والدخل القومي ومعدلات استخدام التكنولوجيا المتقدمة فيه وعوامل اقتصادية واجتماعية وسياسية اخرى كثيرة. ومهما يكن من امر فانه من الظواهر الهامة للمشكلة السكانية انه لابد وأن يكون لها في النهاية تأثير ما على اقتصاديات المجتمع. فمثلا من اهم حاجات المجتمع النامي واكبر ما يستهلكه السلع الاستهلاكية التى فى مقدمتها المواد الغذائية وهى تصنف كحاجات اساسية لسكان تلك المجتمعات ومن ضرورات الحياة (غذاء - كساء ...) فيزداد استهلاكهم منها بدرجة اكبر كثيرا من استهلاكهم من السلع الكمالية وسلع الرفاهية، والعكس صحيح فى المجتمعات المتقدمة اذ يسعى سكانها الى اشباع حاجاتهم من سلع الرفاهية بدرجة اكبر من حاجاتهم الاساسية. ويرجع ذلك بصفة رئيسية الى ان اقتصاد المجتمعات النامية لا يكون عادة منتعشا الي درجة يمكن معها تلبيه متطلباتهم من اساسيات الحياة وايضا متطلباتهم من الكماليات فيقتصر الامر على محاولات لمجرد تلبيه النوع الاول من الحاجات. ولذلك فانه من الطبيعى ان يكون لزيادة عدد سكان تلك المجتمعات تأثير مباشراً يؤدى الى ازدادت حاجاتهم من ضرورات الحياة فاذا كان الناتج القومى، لا يغطى تلك الحاجات ازدادت درجة عدم تلبيه الحاجات وازدادت المشكلة .

الحاجات والناتج القومي ودرجة الاشباع



اذن فزيادة القوة البشرية (١) – رغم اهميتها كعنصر هام ولاغنى عنه للانتاج – فى المجتمعات النامية يترتب عليها، عادة زيادة الحاجات وبالتالى زيادة الاستهلاك ونقص كمية الانتاج القومى وبالتالى نقص الباقى منه للتصدير بل وانعدامه – من بعض المنتجات – احيانا. فالزيادة السكانية فى هذه المجتمعات غير الغنية، الضعيفة اقتصاديا، عن حد معين تعتبر اذن مشكلة. ويمكن ان تنقسم القوة البشرية فى أى مجتمع الى قسمين رئيسين:

أ– قوة عاملة ومنتجة. ب – يد غير عاملة أو غير منتجة.

وحتى تحقق العمالة كقوة بشرية – المنافع المرجوه منها فلابد أن تعمل بمعايير Standards متعارف عليها وبحيث تكون انتاجيتها praductivity بالمعدلات Quantity المناسبة وبالجودة Quality المطلوبة وبالتالى تكون السلع المنتجة والخدمات المقدمة للمجتمع على اعلى مستوى ممكن فيزداد الكم المنتج وتتحسن نوعيته ويزداد التصدير منه ثم الدخل القومى.

اما اذا لم تحقق العمالة – فى أ– ذلك ولم تعط استفادة utilization كاملة كمقابل match يزيد على، أو يعادل، تكلفة الاجور التى تحصل عليها، اصبحت هذه العمالة، فى تلك الجزئية، غير منتجة. فاذا اضفنا لهذا الجزء غير المنتج الايدى غير العاملة – في ب– وهى اما عمالة فى وظائف لا تعطى أى انتاج لعدم وجود اعمال لهذه الوظائف بالفعل– وهى ما يطلق عليها البطالة المقنعة masked employment أو افراد ليست لهم وظائف سواء كانوا قادرين على العمل ويريدونه أو لا يريدونه رغم انهم يستطيعون القيام به، ثم غير القادرين على العمل كالاطفال والشيوخ والعجزة، يتضح حجم المشكلة التى يجب التغلب عليها بأن تغطى العمالة المنتجة أعباء الايدى غير المنتجة.

---

(١) للمزيد انظر :

* مقدمة هذه الطبعة .
* هيئة الامم المتحدة – برنامج المؤتمر الدولى للسكان والتنمية ، مرجع سابق .

والتركيبة المذكورة قائمة في كل مجتمع غير انه في المجتمع الصناعى المتقدم تعطى العمالة المنتجة (مع الثروات الطبيعية) الناتج القومى الذى يفى بالاستهلاك القومى ويزيد للتصدير، فى حين ان الامر غير ذلك فى المجتمع النامى حيث تزداد حاجات سكانه واستهلاكهم عن الناتج القومى فيضطر الى اللجؤ الي الغير.

مفهـــوم المشكلـة السكانيـة :

نعنى بالمشكلة السكانيـة أنهـا حـالة لا يستطيع عندها المجـتـمع ان يفى بمتطلباته وحاجاته (استهلاكه) فيلجأ للغير لاشباعها (استيراد واقتراض). أى انها حالة تتمثل كثيرا فى عدم قدرة المجتمع على الوفاء - ذاتيا - بحاجاته ايا كانت وتحقيق اهدافه فيتحول الى مجتمعات أخرى لتلبيتها فتتم معاملات أو مبادلات تجارية بينه وبين هذه المجتمعات، بعضها قد يرهق اقتصاده، فيزداد حجم الاستيراد عن التصدير ويضطر الى الاقتراض فيزداد اقتصاده ضعفا. وكما اوضحنا فإن حاجات المجتمع وحاجات حكوماته تختلف عادة من مجتمع الى اخر نتيجة عوامل متعددة أى أن اهمية تلك الحاجات بين دولة واخرى نسبيه فما هو هام للمجتمع النامى قد لا يكون كذلك للمجتمع المتقدم والعكس صحيح.

وينبغى أن نوضح نقطة هامة وهى ان زيادة حجم الاستيراد ونقص حجم التصدير ليس دائما سمة اقتصاد الدول النامية أو دول العالم الثالث، بل قد يظهر هذا العجز (زيادة الاستيراد عن التصدير) فى دول متقدمة اقتصادها مزدهر (جدول تالى). ويتبين من الجدول ان الاستيراد زاد على التصدير سنة ١٩٩٢ فى امريكا وفرنسا واسبانيا والنمسا حوالى ١٣١ ، ٧ ، ٣٥ ، ١٠ مليون دولار امريكى علي التوالى رغم ان اقتصاد تلك الدول يبدو - بالمقارنة لدول اخرى - قويا ومتماسكا. فالناتج القومى المحلى فى نفس السنة فى تلك الدول مرتفعا ويبلغ فيها على التوالى حوالى ٥٩٢٠ ، ١٣٢٠، ٥٧٥، ١٨٥ بليون دولار امريكى كما ان معدل نصيب المواطن في نفس السنة من هذا الناتج مرتفعا ايضا ويبلغ على التوالى حوالى ٢٣، ٢٢ ، ١٤ ، ٢٢ الف دولار امريكى. ولكن ومع ذلك فان لتلك الدول الغنية مشكلة اقتصادية.

العجز والناتج ومعدل نصيب الفرد (*)

الدولــة	الناتج القومي بليون دولار امريكي (١٩٩٢)	معدل نصيب المواطن منه (الف دولار) (١٩٩٢)	زيادة الاستيراد عن التصدير بليون دولار امريكي (١٩٩٢)
امريكــا	٥٩٢٠	٢٣	١٣١
فرنســا	١٣٢٠	٢٢	٧
اسبانيا	٥٧٥	١٤	٣٥
النمسا	١٨٥	٢٢	١٠

وقد تكون مشكلة سكانية ولعل من اهم مظاهر تلك المشكلة الاقتصادية وجود ذلك العجز فى المعاملات التجارية الدولية لهذه الدول. ويبين لنا ذلك العجز ان الدولة لم تستطع تلبيه حاجات مواطنيها ذاتيا فلجأت للاستيراد (الذى تجاوز حجمه التصدير). وتسعى كل دولة من دول العالم باستمرار ان تكفى امكانياتها (ناتج قومى بما فيه الثروة الطبيعة) حاجات مواطنيها (على اختلاف انواعها ووفقا لرغبات حكوماتهم) وبالشكل الذى يحقق لها أعلى استفادة ممكنة.

المشكــلة السكانيــة فى مصـر

ونجد فى مصـر انه بالرغم من ان اقتصادنا فى نمو وبمعدلات مرتفعة فان جانبا رئيسيا من المشكلة السكانية يرتبط وبدرجة كبيرة بالزيادة السكانية والكثافة السكانية.

(1) World Bank, World Development Report 1994, Oxford University Press, NY, 1994, pp.163 - 187.

تزايد عدد السكان :

قبل ان نتعرض للزيادة السكانية فى مصر يهم الاشارة الى استثناء هام وهو انه بالرغم من ان التضخم السكانى وارتفاع الكثافة السكانية سمتين هامتين من سمات المجتمعات فى الدول النامية ودول العالم الثالث وعليهما عادة يقع عبئ انخفاض معدلات النمو الاقتصادى وانخفاض مستوى المعيشة ودخل الفرد، الا ان ذلك قد لا يعتبر تعميما فى كل الاحوال. اذ تبين الاحصاءات بعض المؤشرات الهامة عن كثافة سكانية عالية فى بعض الدول ومع ذلك فاقتصادها لم يتأثر ولم يضعف كنتيجة لهذه الكثافة السكانية المرتفعة. فمثلا قد تعانى دولة سنجابور من مشكلة كبيرة فى الكثافة السكانية (٢٨٠٠ فرد فى الكيلو متر المربع) وعلى العكس من ذلك فان الولايات المتحدة الامريكية لا تعانى من مشكلات ظاهرة تنبع من زيادة السكان أو ارتفاع الكثافة السكانية (٢٧فرد فى الكيلومتر المربع) علاوة على انها تعد اقوى دولة فى العالم واكثرها استخداما لعلم والتكنلوجيا ومع هذا نجد ان متوسط نصيب المواطن فى سنجابور من قيمة صادرات بلاده سنة ١٩٩٢ . يزيد بحوالي ٢٠٩٩٠ دولار امريكى عن متوسط نصيب المواطن الامريكى من صادرات بلاده فى ذات السنة حيث يبلغ نصيب الفرد فى كل من سنجابور والولايات المتحدة على التوالى: ٢٢٦٣٨ ،١٦٤٨دولار امريكى.

يضاف الى هذا بأنه لم يترتب على ارتفاع الكثافة السكانية فى سنجابور عنها فى امريكا بمعدلات كبيرة زيادة متوسط نصيب الفرد من الناتج القومى فى امريكا بمعدلات كبيرة ايضا وانما زاد هذا المتوسط فى امريكا عنه فى سنجابور بمعدل ٤٧٪ فقط حيث بلغ سنة ١٩٩٢فى كل منها على التوالى ٢٢٢٤٠، ١٥٧٣٠ دولار امريكى.

من هذه الامثلة الواقعية لا يمكن التعميم بأن الزيادة السكانية وزيادة الكثافة السكانية هما وحدهما وفى كل الاحوال، اساس المشكلة السكانية بالمفهوم الذى نعنيه فى دول العالم الثالث بصفة خاصة والدول عموما، بل لابد من تأثير عوامل اخرى فى هذا الصدد.

وبعد التعرض لهذه الجزئية الهامة والحاقا لما اوردناه فى المقدمة نقول انه فى مصر قد تضاعف عدد السكان فى خمسين عاما من سنة ١٨٩٧ الى سنة ١٩٤٧ من ٩.٧ مليون نسمة الى ما يزيد على ١٩ مليون نسمة ثم تضاعف ايضا فى الثلاثين - وليس الخمسين -سنة التالية. واستمرت الزيادة السكانية حتى بلغ عدد السكان سنة ١٩٨٢، ٤٤ مليون نسمة وفى سنة ١٩٩٢ ٥٤.٧ مليون نسمة والمتوقع سنة ٢٠٠٠[١] ٦٢ مليون، كما أن متوسط معدل الزيادة السكانية السنوى خلال ٨٠-١٩٩٢ بلغ ٢.٤٪.

ومن المعروف ان من العوامل التى تؤثر على زيادة السكان ويرجع معظمها الى السلوك السكانى، رغم ما تقوم به الدولة فى هذا الصدد، مايلى:

١ - ارتفاع معدل المواليد: اذ انه بالرغم من ان الدولة خفضت هذا المعدل حتى بلغ ٠.٢٨٪ سنة ١٩٩٢ إلا انه مازال مرتفعا عنه في بعض الدول النامية ودول العالم الثالث فى نفس السنة: ٠.٢٪ تايلاند، ٠.٢١٪ سيريلانكا ٠.٢٥٪ اندونيسيا المكسيك ومرتفعا عن الدول الصناعية المتقدمة: ٠.١٠٪ ايطاليا، والمانيا، ٠.١١٪ اليابان، ٠.١٢٪النمسا ، ٠.١٥٪ كندا.

٢- انخفاض معدل الوفيات: وقد نجحت مصر، بفضل سياستها الصحية، فى خفض هذا المعدل رغم أن الاعمار بيد الله سبحانه وتعالى من ٠.١٩٪ سنة ١٩٦٥ الى ٠.٠٩٪ سنة ١٩٩٢ ورغم هذا فانه مازال مرتفعا عن بعض الدول النامية ودول العالم الثالث: ٦٪ فى سيريلانكا ونيكاراجوا .

٤- انخفاض معدل استخدام وسائل تنظيم الاسرة: رغم ان هذا المعدل يبلغ فى مصر ٣٨٪ فانه مازال منخفضا بالنسبة لما تستخدمه بعض الدول النامية ودول العالم الثالث: ٦٦٪ تايلاند، ٦٥٪ كولومبيا وما تستخدمه الدول المتقدمة ٧٨٪ المانيا الاتحادية، ٧٣٪ المانيا الاتحادية، ٧٣٪ كندا- ٦٤٪ اليابان.

٥ - ارتفاع نسبة الامية: رغم الجهود التي بذلتها وتبذلها مصر

---

(1) World Bank, 1994 , op . cit , p.210

لخفض نسبة الامية فان معدلها مازال مرتفعا ويبلغ ٥٢٪سنة ١٩٩٢ (١) وهذا المعدل اقل منه بكثير في بكثير فى دول نامية ودول من دول العالم الثالث مثل ٧٪ تايلاند وكوستاريكا،١٢٪سيريلانكا .

الكثافة السكانية :

ولعل مما يزيد من عبء مشكلة النمو فى عدد السكان- مع عدم كفاية الموارد المتاحة لمقابلة متطلبات هذا النمو- تمركز السكان فى مساحة ضيقة طول نهر النيل وفى الحضر:

أ-ارتفاع نسبة الكثافة السكانية:

فيتمركز معظم السكان (٩٧٪) فى مساحة تعادل حوالى ٦٪ من مساحة مصر ويزداد التمركز فى الاراضى المزروعة التي تصل الى حوالى٣٪ من المساحة الكلية لمصر. ومن ثم فان الكثافة السكانية المحسوبة على المساحة الكلية قد تبلغ فى سنة ١٩٩٢/٥٥ فرد فى الكيلومتر المربع واذا حسبنا الكثافة على اساس المساحة المزروعة فانها قد تزيد على ١٨٢٢ فرد فى الكيلومتر المربع.

ب-زيادة تمركز السكان في الحضر:

وقد زاد عدد سكان الحضر من ١٧٪من جملة عدد السكان سنة ١٩٠٧الى ٤٤٪ من جملة عدد السكان سنة ١٩٧٦الى ٤٧٪من جملة عدد السكان سنة ١٩٨٨ .

جـ- زيادة تمركز السكان في القاهرة والاسكندرية:

وقد ازداد الضغط السكانى وبشدة على القاهرة والاسكندرية حيث يبلغ عدد السكان فيهماحوالى ٦٠٪ من جملة سكان الحضر. وقد بلغت الكثافة السكانية سنة ١٩٨٢ فى القاهرة وحدها ٢٦١٤٨ فرد فى الكيلو مترالمربع.

ومن اهم النتائج المترتبة علي كل ذلك:

* نقص الانتاج الزراعى وانخفاض درجة استخدام التكنولوجيا الحديثة.

---

(1) World Bank, 1994 , op . cit , p.162

* نقص نسبى فى الانتاج الصناعى خاصة الذى يعتمد فى جانب منه على الانتاج الزراعى (كإنتاج السكر وزيوت الطعام والمواد الغذائية بصفة عامة).

* تكدس الايدى العاملة وظهور البطالة المقنعة وعلى الاخص فى الحضر.

* زيادة معدلات الاستهلاك وبصفة خاصة من السلع الاستهلاكية (ومن اهمها المواد الغذائية).

* انخفاض معدلات التصدير.

* انخفاض كفاءة الخدمات فى الحضر (اسكان- مياه- اناره-صرف- صحى- بريد- تليفون)

عدم كفاية التصدير:

يعتبر التصدير واحدا من الموارد الهامة للدولة خاصة من الانتاج الزراعى كالقطن وبعض المواد الغذائية، فاذا انخفض الناتج منه أثر بالتالى على الناتج القومى، ومع زيادة الاستهلاك وارتفاع معدلات النمو فى عدد السكان، فان الباقى دون استهلاك من بعض انواع المواد والسلع لن يكفى لجلب موارد كافية من التصدير والحاقا لما جاء بالمقدمة المعادلة التالية توضح ذلك:

كمية الناتج السلعى = الاستهلاك + التصدير + المخزون السلعى القومى.

فكلما زاد الانتاج وامكن تغطية استهلاك المواطنين منه كلما امكن زيادة معدلات التصدير(*). وبالعكس كلما زادت معدلات الاستهلاك نتيجة للتضخم فى عدد السكان وزاد الناتج القومى لكن بمعدلات لا تكفى هذا الاستهلاك انخفض الباقى للتصدير حتى يبلغ نقطة معينة يبتلع فيها الاستهلاك الناتج القومى فيتم الاستيراد. فاذا بلغنا تلك المرحلة فان الامر يتطلب اعادة المعادلة المذكورة الى وضع التوازن وفيما يلى بعض الاقتراحات فى هذا الشأن.

(*) ونحتاج ايضا لزيادة التصدير من الخدمات غير الملموسة كالخدمات الاستشارية والخدمات التى يقدمها خبراؤنا من افكار وجهود عقلية.

اقتراحات لعلاج نقص الموارد من التصدير:

للتصدير، وكما هو معلوم، اهمية كبيرة فهو يجلب عمله صعبه من ناحية ويساعد، طالما تم تغطية الاستهلاك القومي، في خفض مدفوعات العملة الصعبة للاستيراد. ولكي نرفع كفاءته فانه يمكن:

* زيادة الناتج القومي ويتم ذلك بزيادة الاستثمارات في الزراعة والصناعة مع القضاء على البطالة المقنعة.

* رفع درجة جودة الناتج القومي من المواد والسلع التي يمكن تصديرها مع خفض اسعارها، ما امكن عن الاسعار العالمية.

* خفض معدلات الاستهلاك القومي وزيادة معدلات تبني تنظيم الاسرة ومن المتبع في ذلك مثلا خفض معدلات زيادة المواليد وبالتالي خفض معدلات زيادة السكان وخفض حاجاتهم ثم استهلاكهم.

* زيادة معدلات دراسة التسويق الخارجي وفتح اسواق جديدة.

وقد ارتفع الناتج القومي في مصر من حوالي ٤.٥ بليون دولار سنة ١٩٦٥ الى حوالى ٣٢.٦ بليون دولار امريكى سنة ١٩٩٢ حيث بلغ متوسط نصيب الفرد من ذلك في تلك السنة ٦٤٠ دولار.

تطـــور استخـــدام اصطـــلاح
تنظيـــم الاســـرة

يبدو وأن فكرة تنظيم الاسرة هى واحدة من الافكار المستحدثة سريعة الانتشار ورغم ان تلك الفكرة لم تستخدم علميا على نطاق واسع في الكتابات الا في القرن العشرين فان وسائل تنظيم الاسرة استخدمها بالفعل قدماء المصريين من الاف السنين، اذ تبين انه قد كتب على ورق البردى وصفه طبية (أي روشتة) لضبط النسل، حيث كانت سيدات الطبقة الراقية تستخدم انذاك عدة وسائل لضبط النسل وفى سنة ١٩١٤ كتبت «مارجريت سنجر» في الدورية الشهرية التي تصدرها ان هدف

(1) World Bank, 1994 , op . cit. , p.162

رسالة الاتصال عن ضبط الانجاب هو نقل كلمات قصيرة محدودة عن تلك الفكرة الى الجمهور المتلقى. وقد اثار رأيها عن ضبط الانجاب بعض المفكرين على اعتبار ان ضبط الانجاب سياسة للسلوك الانجابى ومن ثم فان تبنيه يتعارض مع حرية الانسان. ورغم هذا فقد استخدم اصطلاح ضبط الانجاب حتى سنة ١٩٣٩ عندما تغيرت التسمية بتشكيل المجلس القومى لتنظيم النسل فى بريطانيا ثم تغيرت التسمية سنة ١٩٤٢ عندما تشكلت جمعية تنظيم الاسرة. وفى نفس السنة تشكل فى امريكا اتحاد تنظيم النسل ثم تغيرت التسمية الى تخطيط الاسرة عندما تشكل اتحاد تخطيط الاسرة، وتعدلت التسمية فى نهاية الاربعينات الى تنظيم الاسرة.

ويمكن اعتبار تنظيم الاسرة البرنامج الذى يؤدى الى، ويساعد على تنظيم الحمل، وقد يهدف احيانا منع الاخصاب كما انه ايضا- وعلى العكس مما تقدم- برنامج يساعد فى علاج العقم والانجاب، غير ان هذه الحالة الاخيرة قد تكون قيلة الحدوث وعلى الاخص فى الدول النامية. ومن ثم يمكن اعتبار فكرة تنظيم الاسرة مفهوم مرادف لمفهوم تنظيم الحمل وضبط الانجاب والاسرة المنظمة». ويعتبر تنظيم الاسرة هو الاصطلاح الاكثر استخداما فى دول العالم لانه يحمل لفظ الاسرة التى تتكون من أب وأم وأولاد فى تنظيم معين يصنع فيه الوالدان قرارهما الفعال لصالح الاسرة، ثم المجتمع، بتحديد عدد مرات الانجاب. ومن ثم فان تنظيم الاسرة والسلوك الانجابى مرتبطان برباط وثيق بالمعتقدات الجوهرية للفرد (كأب أو كأم) وهى كامنة فى شخصية الفرد وصعبة جدا فى التغيير. وذلك فان العبء على القائمين على تنظيم الاسرة (المخططين والمنفذين والباحثين والمتابعين..) كبير للغاية.

اذن فمن الاهداف الاساسية للعمل بتنظيم الاسرة :

١- منع الانجاب غير المرغوب فيه.

٢- ايجاد فترة بين انجاب طفل وآخر.

٣- خفض العدد المرغوب فيه من المواليد.

٤ - مساعدة الازواج الذين يعانون من عدم الاخصاب.

نتائج بعض الأبحاث
عن دور الاتصال فى حلول المشكلة

أوضحنا ان من اهم طرق علاج المشكلة السكانية زيادة الناتج القومي وخفض الاستهلاك ولعل من اهم الاجراءات اللازمة لذلك التوعية بأهمية المشكلة والتوعية بضرورة اتباع وسائل تنظيم الاسرة باعتبارها احد الحلول الرئيسية لوقف، ثم لتخفيض، النمو فى عدد السكان ولتخفيض حاجتهم.

وقد اجريت دراسات ميدانية متعددة فى كثير من دول العالم الثالث بأمريكا اللاتينية وآسيا على دور الاتصال فى حملة تنظيم الاسرة كفكرة مستحدثة حيث تبين مايلى:

١- ان الزيارات المنزلية التي يقوم بها المتخصصون فى تنظيم الاسرة للمتلقى تعتبر احدى الوسائل الناجحة واضمنها لتنظيم الاسرة.

٢ - يمكن استخدام وسيلة واحدة من وسائل الاعلام- كالراديو- لخلق الوعى عن الفكرة المستحدثة على نطاق واسع.

٣ - وفى امكان وسيلة واحدة من وسائل الاعلام اثارة المناقشات حول الفكرة المستحدثة.

٤ - يكون تأثير وسائل الاعلام فى نشر الفكرة المستحدثة عن تنظيم الاسرة كبيرا طالما استخدمت معها وسائل الاتصال المباشر مثل نوادى الاستماع وزيارات العاملين فى تنظيم الاسرة للمتلقين.

الحــوافـــز

يمكن اعتبار الحوافز وسيلة هامة من الوسائل التى تساعد على تبنى تنظيم الاسرة.

تعريف الحوافز واهميتها :

اتبعت كير من الدول وعلى الاخص دول العالم الثالث اساليب متعددة لزيادة معدلات تبنى الجمهور المتلقى فكرة تنظيم الاسرة سواء باستعمال وسائل منع الحمل أو منع الاخصاب أو غيرها . ومن الاساليب التى تتبعها الدول لتشجيع الجمهور على التبنى وزيادة معدلاته استخدام نظام الحوافز

ويمكن تعريف الحوافز بأنها مدفوعات نقدية أو عينية مباشرة أو غير مباشرة تمنح لفرد أو لفردين أو لمجموعة من الافراد لكى تشجع على تغيير سلوك ظاهرى، وبحيث يترتب على هذا التغيير، عادة، تبنى فكرة مستحدثة كفكرة تنظيم الاسرة.

ورغم ان كثيرا من الدول يتبع نظام الحوافز ويعتبر تكاليفه جزءا من ميزانية تنظيم الاسرة مما يدل على اهميته لتلك الدول، فانه ومع ذلك لم يحظ (نظام الحوافز) بالدراسات والبحوث العلمية، خاصة فى الستينات والسبعينات، بما قد لا يعطينا تعميما علميا على تلك الاهمية وعلى تاثير هذا النظام على تنظيم الاسرة. وقد بدأ استخدام الحوافز فى «تاميل نادو» التى كان اسمها «مادراس» بالهند سنة ١٩٥٦ ثم فى الباكستان وبانجلاديش واندونسيا وتركيا وتايوان وماليزيا وكوريا الجنوبية وغانا وموريشيوس ومصر.

انواع الحوافز :

ويمكن ان تنقسم الحوافز الى عدة انواع حسب المستفيد منها وحسب طبيعتها وتوقيت منحها وغير ذلك.

١- حوافز مباشرة أو غير مباشرة:

فالحوافز قد يستفيد منها المتبنى مباشرة وقد يستفيد منها (بطريقة غير مباشرة) الشخص الذى شجع أو ساعد على هذا التبنى، كما قد يستفيد كلاهما

منها. ويمكن منح العاملين بالمركز والوحدات الطبية فى الريف حوافز (غير مباشرة) وايضا يمكن منح العاملين في مراكز وحملات تنظيم الاسرة حوافز غير مباشرة وذلك اذا ما تحققت معدلات عالية لتبنى تنظيم الاسرة.

يضاف الى هذا بانه يمكن العمل بنظام المنافسة حيث يتم التنافس بين المناطق وبعضها على تحقيق اعلى معدلات تبنى أو تحقيق معدلات التبنى التى يحددها جهاز تنظيم الاسرة، فاذا تم الوصول الى تلك المعدلات يمنح العاملون فى مراكز تنظيم الاسرة وفى الوحدات والجهات التى تتولى حملات تنظيم الاسرة (أو فى احداهما حسب الاحوال) فى المناطق الفائزة، حوافز.

٢- حوافز للفرد أو لمجموعة:

وقد تمنح الحوافز للفرد كمكافأة على تبنية تنظيم الاسرة كما قد تمنح لمجموعة بحيث يكون لكل فرد فيها نصيب متساوى ففى الهند فى السبعينات كان يتم اعطاء مستشار القرية حافزا مقداره «٥روبية» لكل عملية تعقيم تتم فى القرية.

٣ - حوافز ايجابية أو حوافز سلبية:

فتمنح حوافز (ايجابية) للمتبنى عندما لا يتجاوز عدد الاطفال ثلاثة، فاذا زاد العدد عن ذلك عوقب الفرد وبالتالى الاسرة بحوافز سلبية كأن تتحمل تكاليف الولادة الرابعة ولا تمنح الام اجازة وضع عن هذه الولادة وهو ما يحدث فى بعض الدول الاسيوية.

٤- حوافز نقدية أو عينية:

تمنح الحوافز نقدا أو فى شكل غير نقدى مثل هدية ففى الهند كان يمنح الشخص الذى يتبنى تنظيم الاسرة شعارا أو ميدالية أو شارة أو ابريق شاى وهو ما اتبع فى الاسكندرية فى السبعينات كما قد يمنح المتبنين بعض المواد الغذائية كما حدث فى الهند. وفى الباكستان كان يمنح المتبنى فى السبعينات حوالى ٢٣ دولار امريكى (مايعادل ١١٠ روبية) فى الشهر كراتب اساسى بالاضافة الى حافز يصل الى ٣٠٪ من الراتب السنوى محسوب على اساس طول فترة منع الحمل.

ويتم اجراء الدراسات الميدانية فى بعض الدول الاسيوية بأن يعد فريق العمل الميدانى سجلا شاملا لكل زوجين صالحين. والزوجان الصالحان هما:

أ- لديهما طفل أقل من ٥ سنوات.

ب- الزوجة في سن الاخصاب.

ويشمل السجل كل المعلومات عن الزوجين والاسرة بصفة عامة: السن- عدد الاطفال-عدد الاولاد- عمر اصغر طفل- عمل الزوج وعمل الزوجة... وفي العادة فان كل فريق يعمل على حوال ١١٠٠ اسرة.

٥-حوافز فورية أو مؤجلة:

يمكن منح المتبنى الحافز فور عملية التبني كأن تضع الزوجة «اللولب» وقد يؤجل الحافز لفترة طويلة (سنوات) فتمنح مجانية التعليم للاولاد الثلاثة دون الرابع. وفي الهند كان يعطي للمتبني ارض زراعية. والحافز الفوري هام لانه يخلق في ذهن الفرد درجة عالية من المزايا المرتبطة بتنظيم الاسرة فتكون هناك علاقة قوية بين المزايا والتبني.

٦ - حوافز مرتبطة بدخل الفرد:

فقد تمنح الحوافز دون النظر الى القدرة المالية للمتبنى وقد تمنح الحوافز حسب دخل المتبني كأن تزداد القيمة المادية للحافز مع زيادة دخل الفرد مما يشجع بدرجة اكبر على عملية التبني. فمثلا في عرض ١٥ جنيها على الفرد الذي لم يبلغ دخله ٧٠ جنيها شهريا مقابل تبنيه تنظيم الاسرة نجد ان تلك القيمة قد تشكل حافزا هاما له على التبني، في حين ان ذلك المبلغ قد لا يكون له اهمية كبيرة أو فعالة لشخص يبلغ دخله الشهري ١٥٠ جنيها.

٧- حوافز مستمرة وثابتة أو مرة واحدة:

قد يمنح الحافز للمتبني بصفة مستمرة مثل راتب شهري أو يمنح مرة واحدة كمنح آلة زراعية أو هدية.

٨- حوافز للقضاء علي الخصوبة (التعقيم) أو لمنع الانجاب:

ويتغير عادة حجم واهمية الحافز في كل حالة. ففي الحالة الاولى يجب ان يتلقى فيها المتبني حافزا كبيرا اما الحالة الثانية فالحافز فيها للمتبني اقل. ومن حوافز منع الانجاب فهي:

* فورية اكثر منها مؤجلة.

* وهى تدفع لاستخدام وسائل منع الحمل اكثر من منحها لعدم الانجاب.

* تدفع بمبالغ صغيرة.

* تدفع للمتبنى الذى يسعى لتجنب الحمل.

ويعاب على الحوافز ان المتبنى قد يربط بين هذا التبنى وبين الحافز.

الاتصـال المحظـور

أشرنا فيما تقدم الى اهمية دور قادة الرأى فى زيادة تنمية الريف المصرى بزيادة معدلات ادراك وفهم الافكار المستحدثة وزيادة معدلات تبنيها وكما أوضحنا فإن دور قادة الرأى يظهر جليا فى نظرية الاتصال على مرحلتين التى من مفهومها أن الفكرة المستحدثة تنتقل من وسائل الاعلام الى قادة الرأى أولا ثم منهم الى المتلقين ولعل من اهم المهام التى يقوم بها قادة الرأى فى هذا الصدد هو دورهم فى الاتصال المحظور. وفى هذا يهم أن نعرض لبعض نتائج بعض الدراسات والبحوث التى اجريت فى دول نامية عن هذه الادوار والمهام فيما يلى:

إن نموذج الاتصال على مرحلتين هو عملية تنتقل عن طريقها الافكار الجديدة من وسائل الاعلام الى قادة الرأى ومن هؤلاء، ومن خلال قنوات الاتصال المباشر، الى التابعين (أو المتلقين)(١). ومنذ ان اكتشف نموذج الاتصال على مرحلتين وتم شرحه فى سنة ١٩٤٠، فان ابحاث الاتصال تشير الى احتمال وجود عدد من الخطوات المتغيرة فى تدفق الاتصال، غير ان الخطوة الاولى قد لا تتم بالضرورة من خلال قنوات وسائل الاعلام وانما من خلال قنوات الاتصال المباشر.

١- ذكر «سيمونز» فى دراسته سنة ١٩٦٩ فى الهند ان حوالى ٣٠٪ فقط من

---

(1) Rogers, Euerett., Diffasiun of Innaoation,

النساء الهنديات فى العينة، التى درس عليها، قالت ان معرفتهن بوسائل منع الحمل جاءت عن طريق قنوات وسائل الاعلام (١).

٢- ووجد «بالمور» فى دراسته فى تايوان سنة ١٩٦٨ ان ١٦٪ فقط من النساء فى العينة يعرفن عن وسائل منع الحمل من قنوات وسائل الاعلام (٢).

٣- كما وجد «ليو» و «دف» فى دراساتهما فى مدينة الفلبين ان وسائل الاعلام حقيقة لم تلعب دورا هاما فى نشر المعلومات عن تنظيم الاسرة فى حين كان تأثير الاصدقاء والاقارب والجيران هو التأثير السائد (٣).

٤- ووجد «بلاك ريشمان وماثاى» فى دراستهما «فى هوجلى» فى منطقة كلكتا بالهند سنة ١٩٦٦ ان الاصدقاء والاقارب هم اهم قنوات الاتصال من أجل المعرفة بتنظيم الاسرة. وقد تبين ان معدل تبنى وسائل منع الحمل قد زاد بمقدار ٨٪ كنتيجة لحملة وسائل الاتصال غير ان هذا التأثير كان غير مباشر بدرجة كبيرة من خلال وسائل الاتصال المباشر الذى ظهرت كنتيجة لرسائل وسائل الاعلام(٤).

٥- وناقش «أقطر حامد خان» تجربته عن برنامج تنظيم الاسرة فى كوميلا وبانجلاديش، انه استنادا الى حجم توزيع وسائل منع الحمل تبين مما ذكره اصحاب المحلات والصيدليات وغيرهم باعتبارهم وكلاء توزيع لهذه السوائل- ان المبيعات الشهرية لأكثر من ٤٠٠ وكيل للقرى محل الدراسة (عن سنة) وعددها ٣٠٠ قرية قد بلغت ٥٠٠٠٠ ألف وسيلة. ومن اجل تنشيط الدعاية التعليمية فانه كان يتم

---

(1) Simmons, George The Indian Investment in family Planning, Ph.D. thesis, Berkeley Univ. of Calif. 1969, p 249.

(2) Palmora, James, Awareness Sources and stages in the adoptionof specific contraceptvies, "Demographly, 1968, pp 960-972,

(3) Liu, William Tand Rabert Duff "The structural Effect on Communication Flows in a Pre - Industrial city Unpublished paper, Indiana: Uniw of Ntre dome, 1971.

(4) Balakrishna R.and Ravi Mathai, Evaluation of Family Planning Publicity Program in India, Culcatta; Indian Iustituie of Management, 1966. p. 25.

ايفاد الشعراء والمطربين مع الوكلاء الى القرى مما كان له عظيم الاثر. وتم اختيار الداية من الزوجات المسلمات فى اوائل مرحلة الزواج. كما تم اختيار أئمة المساجد وتدريبهم لكى يصبحوا مدرسين للكبار وللاطفال ايضا (١).

٦- وقد وجد «جسلباى» «ولوجمانى» فى دراستهما فى اصفهان بايران سنة ١٩٧٢ ان الاصدقاء والجيران كانوا اكثر قنوات الاتصال اهمية اذ عرف منهم المتلقين بتنظيم الاسرة وتم زيادة وترقية تلك الكفاءة من خلال حملة مركزه لوسائل الاعلام (٢).

وتدفعنا نتائج هذه الابحاث الى تأييد ما يذكره شرام من ان وسائل الاعلام تكاد تكون جزءا من وسائل الاتصال من اجل تنظيم الاسرة (يطفو فوق المياه) وينبنى عليها جانب كبير من الاتصال قد لا يعلم عنه الجمهور شيئا ابدا.

ومن ثم فان وسائل الاعلام هى نسبيا أقل اهمية من الاتصال المباشر فى تبنى تنظيم الاسرة وهى عادة تعمل بطرق غير مباشرة من خلال الاتصال المباشر وبطرق غير مرئية وعلى هذا فان نموذج الاتصال على مرحلتين وضع قادة الرأى محل الاهتمام، وجعل اتصالاتهم المباشرة مع المتلقين فى سن الخصوبة فعالة للغاية.

الاتصال المحظور ومعدلات التبني:

يضاف الى هذا بأن نموذج الاتصال على مرحلتين يبين ان قادة الرأى هم أولئك الافراد الذين يسعى الغير للحصول منهم على النصيحة والمعلومات.

ويرى «روجرز» أن نجاح (أو فشل) أى برنامج للتغيير المخطط يعتمد بدرجة كبيرة على قادة الرأى(٣).

---

(1) Khan, Akter Hameed and Harvey Choldin a Commercial system for Introducing Family Planning in Camillo, Pakistan in Wilbur schramm, and Daniel lerner, communication and Change, The last ten Years-and the Next, Honolulu : The univ press of Hawai 1978, p. 79.

(2) Gillespie, Robert and Mehdi loghmani, The Esfahan Communication Projects, Iran : Esfahan Health Department, 1972 p11.

(3) Rogers, Euerett, Communication Strategies in Family Planning, New York: The Free press 1973, p 266

ومن اهم الاسباب التى جعلت موضوع تنظيم الاسرة، فى كثير من دول العالم الثالث فى أمريكا اللاتينية وافريقيا واسيا، من الموضوعات المحظورة، أن كثير من الناس يعتبرون انه يتناول زوايا هى فى حقيقتها وعلى الاخص عند التقليديين وفي الريف، من خصوصيات الزوجين علاوة على تفسير البعض لما جاء فى الشرائع السماوية على ان هذا الموضوع يعتبر من اهم مقومات الحياة الزوجية ومن اهم اسرارها التى يجب تناولها فى اطار عائلى ضيق للغاية. ومن ثم فان رسالة الاتصال المحظور هذه يجب ان تكون شخصيه جدا وأن يدرس كل من المصدر والمتلقى هذا الموضوع بالتأنى والتفهم الكامل للهدف النهائى من هذا الاتصال. وهناك موضوعات اخرى كثيرة، بخلاف تنظيم الاسرة، يعتبرها بعض الناس محظورة لانها تمس افكارا او سلوكا شخصيا أو خاصا أو ضد العادات الراسخة أو كما يعتبرها روجرز موضوعات غير اخلاقية أو غير قانونية. وتجدر الاشارة الى أن الكثير من هذه الموضوعات المحظورة ليس سيئا أو ضارا(١).

وترتيبا على ذلك فان دور الاتصال المباشر وعلى الاخص دور قادة الرأى، فى الاتصال المحظور هام وحساس. ومن ثم فان انتقائهم لحملة تنظيم الاسرة يجب ان يتم بعناية فائقة وبحيث يتصف هؤلاء بالصفات التى تمكنهم من تأدية اعمالهم بنجاح. وتعتبر شخصية قائد الرأى من اهم المقومات اللازمة لنجاحه اذ انها من العوامل الاساسية فى جذب الجمهور المتلقى اليه وبحيث يكون هو موضوع ثقة هذا الجمهور فتزداد احتمالات التبنى، فتنتشر فكرة تنظيم الاسرة بمعدلات سريعة خاصة ان امكن لقائد الرأى الاتصال بأعداد كبيرة من الناس واقناعهم فى وقت قصير، أو مقبول نسبيا.

وقد اجريت فى مصر ابحاثا عن قادة الرأى منها البحث الذي اجرى فى محافظة المنوفية فى اوائل السبعينات لاختيار بعض الافراد يكون من بينهم- بعد الصقل والتدريب علميا وعمليا من يصلح ان يكون قائدا للرأى. وقد تم الاختيار على اساس انهم جميعا من ذات المستوى الاجتماعى وتم تدريبهم ضمن برنامجا تدريبيا

---

(1) Roges, 1973, op. cit, pp. 61-69.

خاصا وقد نجح معظمهم فى مهمته (١) وتم تعميم تلك التجربة فى محافظة الاسكندرية مع تمييز قائد الرأى بأن اعطيت له شارة معينة وكانت له الاولوية فى التمتع بخدمات التنظيمات العمالية والاجتماعية (نقابات معسكرات صيفية...) علاوة على منح المتفوقين منهم حوافز وجوائز تتناسب مع معدلات التبنى والنجاح، ودرجة الاستمرارية التى حققها كل منهم. ومن ناحية اخرى فقد تمكنت قائدات الرأى من اقناع كثير من السيدات على التبنى والاستمرارية واستخدمن فى هذا «كوب شاى»(٢) ومن المفهوم ان وسائل الاعلام تلعب ادوارا هامة فى حملة تنظيم الاسرة خاصة عندما تقدم للمتلقين مستويات معيشية متقدمة عن مستوياتهم المعيشية وأن تربط تلك المستويات دائما بأسر صغيرة أو بأسر ضبطت النسل ونظمت حياتها فكان ان ارتفع مستوى معيشتها. ولزيادة فاعلية هذه الطرق التى يتبعها القائمون على تنظيم الاسرة ووكلاء التغيير، فانه يحسن ان يضمنوا رسالاتهم للمتلقين المواد والموضوعات التي تجعلهم يشعرون بدرجة كبيرة من «عدم الرضا» بل من «الكراهية» للمستويات المعيشية الحالية ويشعرون، فى نفس الوقت ان تحسين حالاتهم الاقتصادية ومعيشتهم اليومية ورفع مستواهم المعيشى والاجتماعى الى مستوى افضل يمكن ان يكون عن طريق الاسرة الصغيرة. وكلما زادات درجة عدم الرضا وعدم الرغبة فى المستويات الحالية بالشكل المشار اليه كلما زادت فرص تبنى تنظيم الاسرة. ولعل من اهم المداخل والاقترابات التى قامت بها حملة تنظيم الاسرة فى مصر، فى السبعينات وما بعدها، ان يعرض التليفزيون مقارنات بين مجموعات من الاسر الصغيرة (٣ اطفال وأولاد على الاكثر) والكبيرة (٦ اطفال وأولاد أو اكثر مثلا)

---

(١) مكتب تنظيم الاسرة بمحافظة المنوفية، (مجموعة تقارير تحت عنوان) تنظيم الاسرة فى المنوفية، المنوفية: ١٩٧٢.

(٢) زاهية مرزوق، «التوعية المباشرة فى تنظيم الاسرة والدروس المستفادة من تجارب الاسكندرية فى توجيه العمال والقيادات الطبيعية» فى التوعية والاعلام فى مجال تنظيم الاسرة، القاهرة: مؤسسة دار التعاون للطبع والنشر، ١٩٧١.

حيث يظهر التباين فى مستويات المعيشة فتظهر الاسر الصغيرة افضل حالا واحسن مستوى من الاسر الكبيرة.

نتائج بعض الابحاث عن الاتصال المحظور:

وحتى تحقق الرسالة فى مثل هذا الاتصال، المحظور، الفعالية المرجوة فانه ينبغى اخذ بعض نتائج الابحاث فيما يلى (١) .

١- الثقة في المصدر:

يجب ان يشعر المتلقى بالثقة التامة فى المصدر وفى ان ما يقوله فى صالحه وفى صالح المجتمع ككل، ومن ثم فان انتقاء قائد الرأى ويعد مرحله جوهريه واساسية ضمن المراحل المختلفة لتبنى المتلقى تنظيم الاسرة.

٢ - التجانس بين المصدر والمتلقي:

وهذا التجانس قد يرتبط، الى حد ما بالثقة فى المصدر، حيث قد يكون من المنطقى ان يسلك العامل مثلا، فى بعض الاحوال، سلوك زميله. ومن ثم فان تغيير الاتجاهات ثم السلوك يصبح امرا ممكنا. وقد وجد «روجرز» ان لدى الفلاحين ادراك تام بأن هناك تجانس بينهم وبين عجوز القرية اما الطبيب فهو اعلى منهم منزلة .

٣ - تضمين النتيجة في الرسالة:

اذ يمكن حينئذ تغيير الاتجاهات ثم السلوك لان المتلقين يرون الفوائد المحققة من عملية التبنى. وقد ينجح ذلك الى حد ما مع المتلقين متوسطى الثقافة.

٤- عرض الرسالة الفوائد والعيوب:

ولا يكفى ان تتعرض رسالة الاتصال لفوائد التبنى فحسب بل لابد ايضا من

---

(١) انظر : Hovland Carl, Irving jaius and Harold kelly Communication and Persuasion, New Haven Conn : Yale university Press, 1970.

عرض العيوب حتى تكون الصورة واضحة تماما وحتى يتم تجنيب اثار الدعاية المضادة. لان القول بوجود بعض الاثار الجانبية لبعض السيدات اللاتى يستعملن «الحبوب» مثل تقلصات فى الامعاء قد يمنع ان تصدق هؤلاء السيدات اشاعات تقول ان الحبوب تؤثر على الاخصاب مثلا. وعرض الصورة متكاملة فى الرسالة يفيد وعلى الاخص اذا كانت ثقافة المتلقين عالية، حيث يمكن تغير الاتجاهات ثم السلوك.

٥- عدم استخدام اساليب التهديد والتخويف في الرسالة:

يساعد علي التبنى لان المتلقي يحس من تلقائه بأهمية الرسالة واهمية التبني وفوائدة وهو ليس فى حاجة اذن، للضغط عليه حتى لا يشعر انه - وعلى الاخص ان كان من المثقفين- موجه وان الغير يقوده فى عملية التبنى وكأنه لا يقدر عليها وحده وبنفسه.

والتبنى هو هدف رسالة الاتصال لتنظيم الاسرة ورغم هذا فليس هو الهدف النهائي. ذلك ان الشخص قد يتبنى اليوم وعن اقتناع - ولكن بسيط - فيتركه بعد فترة وجيزة وهو ما يؤدى الى عدم نجاح تنظيم الاسرة او نجاحه مؤقتا. ولذلك فان الامر يستلزم وباستمرار ان يقوم القائمون على تنظيم الاسرة (والمصدر) بتعزيز رسالة الاتصال وتدعيم عملية الممارسة الفعلية. ويمكن ان يتم ذلك عن طريق وسائل الاعلام وايضا مع الاتصال المباشر. وتعطى رسالة وسائل الاعلام التى تتضمن التأكيد على الاستمرار فى تبنى تنظيم الاسرة انطباعا لدى المتلقين بالنجاح والفوائد المحققة لكل المتبنين وبوجود اجماع على التبنى فيكون لذلك تأثير قوى على استمرار المتلقين فى التبنى. ويقول روجرز عن تلك الحالة ان كل فرد فى المجتمع ينظم اسرته.

استمرارية تبني تنظيم الاسرة :

يعتبر تبني تنظيم الاسرة هدفا اساسيا فى عملية اتصال هذه الفكرة. وهذا الهدف أولى يلحق به هدف نهائى هام هو، وكما اشرنا، مداومة واستمرارية تبنى

تنظيم الاسرة طالما ان المتبني يدرك ويقتنع ان تلك الفكرة المستخدمة حيوية وجوهرية له وللمجتمع ككل. وليس التبنى اذن مؤشرا على الاستمرارية أو هو الهدف النهائى فى عملية اتصال تنظيم الاسرة.

من اجل هذا تصبح عملية محاربة ايقاف التبنى (ومحاربة عدم التبنى بصفة عامة) عملية قومية هامة ينبغى دفعها قدما الى الامام حتى يتحقق الغرض منها.

ويمكن تعريف ايقاف التبنى بأنه القرار الصادر من المتبنى بوقف استخدام وسائل فكرة مستحدثة بعد أن تبناها فترة، وأن يقوم بالفعل بتنفيذ هذا القرار.

وقد اجريت دراسات عديدة على اسباب ايقاف التبنى وعدم الاستمرارية في استخدام الوسائل يمكن ان تستشف منها أن ايقاف التبنى يتم بمعدلات كبيرة عندما تنخفض درجة الوعى عن الفكرة المستحدثة التى تم تبنيها (أو تتلاشى) ويزداد هذا العامل (نقص الوعى) عادة كلما انخفضت نسبة التعليم وانخفض معدل استخدام التكنولوجيا وزاد عدد السكان بما يسبب مشكلة سكانية. وهذه السمات الاخيرة تظهر بشكل اكثر وضوحا وقوة فى دول العالم الثالث وفى الدول الاقل نموا بوجه خاص (1). وقد وجد «لافام» «وموالدين» فى دراستهما سنة ١٩٧٠ على بعض دول العالم الثالث أن معدل تبنى بعض وسائل منع الحمل (بخلاف الاقراص) استمر لمدة عامين فقط. حيث اوقف بعدهما هذا التبنى(1). وقد بلغت نسبة عدم الاستمرارية (أو توقف التبنى) فى بعض الدول والمدن محل هذه الدراسة: ٦٢٪ فى كوريا الجنوبية) ٥١٪ فى هونج كونج، ٤٨٪ فى ماليزيا.

اما توقف استخدام الاقراص فقد بلغ فى جنوب الباكستان وبعد مضى سنة من التبنى ٤٣٪ كما بلغ ٨٨٪ فى كوريا وفى سنجابور وتايوان وهندوراسى (امريكا الجنوبية).

---

(1) Rogers, 1973, op. cit.

وحتي يمكن زيادة معدلات استمرارية التبنى (أو تخفيض معدلات ايقاف التبنى) فانه يجب على القائمين بتنفيذ برنامج اتصال تنظيم الاسرة اتباع، وعلي اقل تقدير، مايلى:

١ - محاولة عدم استخدام وسائل منع حمل يصعب ايقافها:

ويعتبر الواقى «الذكرى» اسهل الوسائل التى يمكن ايقاف استخدامها ثم يتبعها الاقراص واللولب وفى النهاية يأتى «التعقيم».

٢ - رفع مستوي المعرفة وكيفية الاستخدام:

ذلك انه كلما كان المتبنى اكثر معرفة بوسائل منع الحمل وبالفوائد التى تعود عليه وعلى المجتمع من استخدامها وبكيفة استخدام هذه الوسائل كلما كان احتمال ايقاف هذا المتبنى استخدام هذه الوسائل (او الوسيلة) اقل من غيره.

٣ - محاولة اثناء المتبني عن تخفيض الفترة بين مولود وآخر:

ذلك انه كلما زادت رغبة المتبنى فى تخفيض الفترة بين حمل واخر أى بين مولود وآخر كلما زاد احتمال ايقاف استخدامه لهذه الوسائل (أو الوسيلة).

٤ - التركيز في رسالة الاتصال علي الاستمرارية:

ذلك ان معظم رسائل اتصال تنظيم الاسرة تركز على اهمية التبنى فتقول بعض الرسائل مثلا «الكل يتبنى تنظيم الاسرة ولكنها تقلل التركيز على اهمية الاستمرارية لأن التبنى لا يعنى الاستمرارية. وكلما زاد تركيز رسالة اتصال تنظيم الاسرة على الاستمرارية كلما انخفضت احتمالات ايقاف التبنى.

٥ - التركيز علي شرح معني وفاعلية وسيلة المنع:

لانه احيانا نجد ان رسالة اتصال تنظيم الاسرة تتكلم عن اهمية استخدام «الاقراص» أو «اللولب» دون ان تفسر معنى ذلك وفاعليته. وقد تبين مثلا فى بعض دول العالم الثالث فى آسيا ان المتلقين حصلوا على معلومات غير حقيقية عن اضرار

---

(1) Mauldine Parker and Robert Lapham "National Family Planning progams; Review and Evaluation" in Studies in Family Planning 1971, pp 29-52.

الاقراص فانخفضت بذلك معدلات استمرارية تبنى هذه الوسيلة. ومن ثم كلما تم شرح مفهوم هذه الوسيلة ووظيفتها وفاعليتها كلما زادت احتمالات الاستمرارية وانخفضت احتمالات ايقاف التبنى.

٦ - متابعة المتبنين:

تعتبر من العمليات الاساسية لتحقيق الاستمرارية وتجنب الايقاف حتى ولو كانت عملية المتابعة هذه رمزية أو سطحية. فمثلا فى الهند أثناء حملة تطعيم ضد مرض الجديرى سنة ١٩٦٩ وصف القائمون على الحملة اقراص «الاسبرين» للمتبنين كعلاج لهم من الاعراض او الاثار الجانبية للتطعيم ضد هذا المرض. ومن هذه الاثار مثلا الصداع وارتفاع درجة الحرارة. وكان تأثير وصفه العلاج هذه على المتبنيين نفسيا مما قلل من الاثر العضوى اذ أن المتبنى (الذى يتم تطعيمه) أحس أن المسئولين عن حملة التطعيم لم يتركوه بل ظلوا معه واعطوه له من «الدواء» ما لم يجعله يتألم.

٧- محاربة الاشاعات المغرضة:

ذلك ان المتبنى قد يصدق الاشاعة ايا كانت خاصة ان سمعها من الاصدقاء والمقربين وذلك على الرغم من انها قد تكون غير صحيحة، فيوقف التبنى ومن ألاسباب لتوقف التبنى، كنتيجة للاشاعات أو الاقاويل هو ان الذين يتوقفون يتكلمون اكثر من الذين يستمرون فى التبنى، وهو ما يؤدى عادة الى رفع معدل التوقف. وبكلمات اخرى فقد يكون «تبنى» تنظيم الاسرة شخصيا وخاصا وفى محيط الاسرة فى حين ان «ايقاف التبنى» قد يكون عاما أو على نطاق أوسع. ولذلك فان مارشال وجد سنة ١٩٧١ فى الهند ان الفلاح لم يؤيد تبنى تنظيم الاسرة وانما كان يميل الى مهاجمته.

ومما هو مأثور فى هذا الصدد مقولة ان التقارير أو الانباء السلبية تميل الى الانتشار والسفر الى بلاده بعيدة بسرعة اكثر من التقارير الايجابية.

ومن ناحية اخرى يمكن ان نعرض فيما بعد لنموذج هام يفيد عملية اتصال تنظيم الاسرة هو نموذج «هوتشبوم» الذى يبين عدم التوافق بين اتجاهات الفرد وسلوكه.

نموذج هوتشبوم

اعد المفكر «هوتشبوم» فى سنة ١٩٥٨ نموذج اتصال عن العلاقة بين الاتجاهات والممارسات فيما يتعلق بالصحة لكى يتعرف اذا كان هناك ثبات بين الاتجاهات وبين السلوك الصحى، وقد تبين له عدم وجود ثبات بينهما.

وقد اعتمد «هوتشبوم» فى اعداده لهذا النموذج على الادراك الذاتى للفرد عن حالته الصحية والذى بناء عليه يحدد سلوكه عن الفكرة أو الموضوع محل رسالة الاتصال عن الجانب الصحى.

وقد وضع «هوتشبوم» فروضا ثلاثة لادراك الفرد لبعض الجوانب الصحية:

١ - حساسية الفرد وجديته فى العمل على تجنيب حالة صحية غير مرغوبة مثل الامراض بصفة عامة والخطير منها بصفة خاصة.

٢- الفائدة النسبية للمزايا المرتبطة بالفكرة المستحدثة الصحية.

٣ - حث الفرد على اتخاذ السلوك المطلوب وفيما اذا كان الشخص سيقوم بتبنى الفكرة المستحدثة ام لن يتبناها.

وقد اختار «هوتشبوم» لنموذجه الصحى مسألة «الاشعة» التى يجريها الافراد. وقد اعد نموذجه لكى، يشرح الاسباب التى يقوم من اجلها الافراد باجراء هذه «الاشعة» (سواء على صدورهم وأجسامهم) للكشف عن مرض السل والفكرة المستحدثة هنا هى تبنى الفرد الاشعة.

ويمكن القول ان نموذج «هوتشبوم» هو واحد من اكثر النماذج شهره وأهمية للاتصال فى شأن الافكار المستحدثة فى الصحة وفى البحث عن الخدمات الصحية[1].

---

(1) Hochbaum, Godfrey, Public Participation in Media Screening Programs: A Sociopsychological Study; Washington D.C: Public Health Serivce, 1958.

وقد ارتبط نموذج «هوتشبوم» عن السلوك الصحى بالسلوك الانجابى ولكن «روجرز» اضاف الى هذا النموذج عاملين:

١ - ادراك الحاجة.

٢ - ادراك ان الفكرة المستحدثة متاحة.

ذلك انه لابد ان يكون لدى المصدر والمتلقى ادراك بالحاجة الى تلك الفكرة المستحدثة. وهى فى مثالنا - عن السلوك الصحى - بالقطع حاجة مطلوبة ليس فقط[1] على المستوى الفردى بل ايضا على المستوى القومى. اما عن اتاحة الفكرة المستحدثة فهو امر طبيعى ينبع فى جانب منه من قاعدة معروفة وهى ان . «فاقد الشىء لا يعطيه» فالمصدر لن يعطى شيئا ليس لديه. كما ان المتلقى لن يبيع عن فكرة ليتبناها (أو قد لا يتبناها بعد ادراكها ودراستها) وهى أصلا غير متاحة. ولكن مسألة الاتاحة نسبية لان ماهو غير متاح اليوم قد يكون متاحا غدا (مستقبلا). ومن ثم فيمكن النشر للفكرة المستحدثة ولحين اتاحتها فى المستقبل. وهذا ما تقوم به معظم وكالات الاعلان العالمية والمحلية عن السلع والخدمات التجارية وغيرها التى تباشر الدعاية لها.

ويمكن ان يتفرع مما تقدم فيما يتعلق بتنظيم الاسرة ضرورة وجود خمسة ابعاد:

١ - الدرجة التى يزداد فيها حجم الاسرة الفعلى عن الحجم النموذجى.

٢ - حدة الاختلاف بينهما (الفعلى عن النموذجى).

٣ - الادراك بأن هناك وسائل لمنع الحمل، وبناء على ذلك يمكن تحديد، والى حد ما، حجم الاسرة.

٤ - المزايا النسبية لاستخدام وسائل تنظيم الاسرة.

(1) Ragers, 1973, of . cti. p. 294

٥ - الاثار الجانبية التى قد تصاحب استخدام بعض الوسائل.

واذا رجعنا الى نموذج «هوتشبوم» نجد انه يركز على اهمية الحث ثم الممارسة على اساس شرح الاسباب التى من اجلها تم ترجمة الاتجاهات نحو الفكرة المستحدثة الى ممارسة فعلية، أو الاسباب التى من اجلها لم تتم تلك الترجمة الى ممارسة فعلية.

بيانات خلفية عن افردا العينة:

قبل الدخول فى تحليل صحة افتراضنا، نجد أنه من المهم معرفة خلفية أفراد العينة فى قها من حيث عدد الأولاد مقارناً بالمهنة ومعرفة القراءة والكتابة عند رب الأسرة[1].

يبين الجدول رقم ٤١ أن الفلاحين هم الفئة التى أنجبت أكبر عدد من الأولاد. كما تبين أن أعلى نسبة من بين الفلاحين وقدرها ٣٢.٦ ٪ كانت لمن لديه أكثر من ستة أولاد والنسبة التالية لها هى ٢٧.٦٪ لمن لديه من ثلاثة إلى أربعة أولاد. كما يوضح الجدول أن أعلى نسبة بين العمال هى ٣٢.٩٪ لمن لديه ولد أو اثنين وتليها نسبة ٣٠.٧٪ لمن لديه من ثلاثة إلى أربعة أولاد. كذلك يوضح الجدول أن أعلى نسبة بين ذوى المهن الأخرى بلغت ٣٢.٢٪ وهى لمن لديه من ثلاثة إلى أربعة أولاد.

كما يتضح من الجدول أن الفلاحين ينجبون أطفالا أكثر مما ينجب العمال أو الفئات الأخرى.

---

(١) نقصد بالأولاد هنا كل الأنجال فى أى سن ومن أى جنس (ذكر أو أنثى).

الجدول رقم (٤١)

عدد الأولاد مقارنا بالمهنة

المهنة / عدد الأولاد	فلاحون	عمال	آخرون	إجمالى
لا يوجد	٣ (٣.١٪)	٨ (٩.١٪)	١ (١.٧٪)	١٢ (٥٪)
١ – ٢	١٠ (١٠.٣٪)	٢٩ (٣٢.٩٪)	١٧ (٢٨.٨٪)	٦١ (٢٥٪)
٣ – ٤	٢٧ (٢٧.٦٪)	٢٧ (٣٠.٧٪)	١٩ (٣٢.٢٪)	٧٣ (٣١٪)
٥ – ٦	٢١ (٢١.٤٪)	١٦ (١٨.٢٪)	١٣ (٢٢٪)	٥٠ (٢٠٪)
أكثر من ٦	٣٢ (٣٢.٦٪)	٨ (٩.١٪)	٩ (١٥.٣٪)	٤٩ (١٩٪)
إجمالى	٩٨ (١٠٠٪)	٨٨ (١٠٠٪)	٥٩ (١٠٠٪)	٢٤٥ (**) (١٠٠٪)

وبالنسبة لعدد الأولاد مقارنا بمعرفة رب الأسرة بالقراءة والكتابة يصور الجدول رقم ٤٢ أن عائلات من يعرفون القراءة والكتابة لديهم أولاد أقل مما لدى عائلات الأميين. وفى فئة من يعرفون القراءة والكتابة فإن أعلى نسبة وقدرها ٣٨٪ لمن لهم بين ولد واحد وولدين. بينما فى فئة الأميين كانت أعلى نسبة وقدرها ٣٠.٧٪ لمن لديهم بين ثلاثة وأربعة أولاد.

وهذه البيانات تشير إلى أن عدد الأولاد فى العائلة قد تحدده عوامل معينة مثل المكانة الإجتماعية ومعرفة القراءة والكتابة.

(*) تم حساب النسبة المئوية لكل فئة على حدة للمقارنة.

(**) أحجم ٤ من أفراد العينة عن إجابة هذا السؤال.

الجدول رقم (٤٢)

عدد الاولاد مقارنا بالتعليم

الحالة التعليمية / عدد الأولاد	يعرف القراءة والكتابة	أمى	إجمالى
لا يوجد	٤(٤.٢٪)	٨(٥.٣٪)	١٢ (٥٪)
١ – ٢	٣٦ (٣٨٪)	٢٥(١٦.٧٪)	٦١(٢٥٪)
٣ – ٤	٢٧(٢٨.٤٪)	٤٦(٣٠.٧٪)	٧٣(٣١٪)
٥ – ٦	١٤(١٤.٧٪)	٣٦(٢٤٪)	٥٠(٢٠٪)
أكثر من ٦	١٤(١٤.٧٪)	٣٥(٢٣.٣٪)	٤٩ (١٩٪)
إجمالى	٩٥ (١٠٠٪)	١٥٠(١٠٠٪)	٢٤٥(**)

دور وسائل الاعلام في حملة تنظيم الأسرة

تنظيم الاسرة في مرحلة المعرفة:

تعتبر قنوات وسائل الأعلام أكثر أهمية، نسبيا، من الاتصال المباشر في وظيفة نشر الإدراك والمعرفة فى عملية اتخاذ القرار بشأن الفكرة المستحدثة. وهذا القول يجد تأييدا كبيرا فى بحوث عديدة تناولت أنواعا مختلفة من الأفكار المستحدثة.

والمنطق وراء ذلك أن وسائل الإعلام تستطيع أن تصل إلى جمهور ضخم على عجل برسالة إخبارية سريعة. وعلى ذلك فهى قادرة على خلق الإدراك والمعرفة

(*) تم حساب النسبة المئوية لكل فئة على حدة للمقارنة.

(**) أحجم ٤ من أفراد العينة عن إجابة هذا السؤال، أضيف من يعرف القراءة فقط إلى الأميين (يرجع إلى الملاحظة على الجدول (١-أ).

بأن تنظيم الأسرة فكرة مستحدثة وقائمة، كما تستطيع نشر بعض الفوائد التى قد يجنيها من يتبناها.

وفى تجربة ميدانية فى إحدى مناطق سيول تسمى سونج -دونج-جو Sung-dong-Gu فى كوريا الجنوبية، وجد بارك Park أن وسائل الإعلام لعبت دورا هاما فى نشر المعلومات وفى خلق المناخ المطلوب لتنظيم الأسرة (1).

ومن ناحية أخرى، وجد سيمونز Simons فى بحثه أن حوالى ٣٠ من السيدات الهنديات قررن أن وسائل الإعلام أسهمت فى إدراكهن لوسيلة اللولب (2).

وفى هذا المجال، فعلينا أن ندرك أن أحد الشروط الضرورية لإجراء تعرض سليم لوسائل الإعلام هو وجود وسيلة إعلامية متاحة ومناسبة للجمهور.

كما ينبغى أن يكون متوقعا، أن هناك تركيز كبير على وسائل الإعلام فى البلاد الأكثر تصنيعا، أو فى الطبقات الإجتماعية الأكثر ثراء فى دولة ما. أما فى البلاد الأقل نموا فإن رسائل وسائل الإعلام تصل إلى جمهور أقل نسبيا عما في الدول المتقدمة. كما أن ثلث القرويين فى البلاد الأقل نموا ليسوا جماهير لوسائل الإعلام. ويصل الراديو إلى حوالى ثلث الجمهور، أما الثلث الباقى من الجماهير فهو جماهير باقى الوسائل الإعلامية الألكترونية والوسائل المطبوعة.

كما أنه من المسلم به أن إرتفاع ثمن جهاز وسيلة الإعلام وقلة توفرها علاوة على إنتشار الأمية هى عوامل تؤدى إلى تقليل التعرض لوسائل الإعلام.

---

(1) Hyung Yong Park, "use&Relative Effectiveness of Various Channels of Communication in the Development of the Korean Family Planning Programmes", In Report of the Working groups on communication' Aspects of Family planning programmes and Selected papers.Bangkok, ECAFE, Asian population studies series 1968, No. 3, p. 81.

(2) George Simons, The Indian Investment in Family planning, N.Y, Population Council, Occasional papers, 1970, p. 249.

وتأييدا لذلك، يقول روجرز أن الدراسات، فى بلاد عديدة، أظهرت أن القرويين نادرا ما استشهدوا بوسائل الإعلام فى أى من مراحل عملية اتخاذ القرار بشأن الأفكار المستحدثة فى الزراعة (١). هذا وقد تبين من دراستنا على قرية قها أن ٧٣٪ من أفراد العينة قد سمعوا عن تنظيم الأسرة من القنوات المختلفة لوسائل الإعلام. كما تبين أن هناك مصادر أخرى إلى جانب وسائل الإعلام تقوم، فى بعض الأحيان، بدور فى نشر المعلومات بشأن موضوعات معينة. ويتبين من الجدول رقم ٤٣ أن ٢٢.٢٪ من أفراد العينة سمعوا عن تنظيم الأسرة من قنوات الاتصال المباشر مثل الأقارب أو الأصدقاء أو من العاملين فى المركز الطبى مثل الطبيب أو الممرضة. بينما أن ٤,٨٠٪ لم يسمعوا شيئا على الإطلاق. عن تنظيم الأسرة.

كذلك يشير الجدول إلى أن من بين من حصلوا على معلوماتهم من وسائل الإعلام هناك حوالى ٤٢٪ حصلوا عليها من الراديو. وهذا يؤكد الحقيقة القائلة بأن الراديو لا يزال يلعب دورا رائدا فى نشر المعلومات وأن ٥٨ ٪ حصلوا عليها من وسائل الاعلام .

وتؤكد البيانات صحة الفرض الذى أثبتناه فى الفصل السابق ومؤداه أنه كلما زاد التعرض لوسائل الإعلام كلما كان الحصول على المعلومات مباشرا. حيث أن معظم أفراد عينة بحثنا قد تلقوا معلوماتهم من وسائل الإعلام أكثر من قنوات الاتصال المباشر. وعلاوة على ذلك يوحى هذا الدليل بأن دور الاتصال الشفهى فى نشر المعلومات قد يقل بالمقارنة مع زيادة التعرض لوسائل الإعلام.

والخلاصة، أننا نستطيع القول بأن قنوات وسائل الإعلام أكثر أهمية نسبيا من قنوات الاتصال المباشر فى نشر الإدراك والمعرفة فى عملية اتخاذ القرار بشأن الفكرة المستحدثة.

---

(1) Rogers, 1973, op. cit., p. 262.

ويجد هذا تأييدا واسعا من بعض الباحثين فى موضوع الافكار المستحدثة(١).

الجدول رقم (٤٣)

مصادر المعرفة بتنظيم الاسرة

المصدر	العدد	النسبة المئوية
١- من الراديو.	١٠٤	٤٢٪
٢ - من التليفزيون.	٢٤	٩.٧٪
٣ - من الجرائد.	١٤	٥.٦٪
٤- من وسائل الإعلام كلها.	٣٩	١٥.٧٪
٥ - من الاقارب أو الأصدقاء	٥٠	٢٠.٢٪
٦ - من الطبيب الخاص أو الأجزخانة أو المستشفى أو الوحدة الصحية.	٥	٢٪
٧ - من مصدر آخر.	—	—
٨ - لم أسمع عنها.	١٢	٤.٨٪
إجمالـــى	٢٤٨(*)	١٠٠٪

(*) أحجم مبحوث واحد فقط من أفراد العينة عن الإجابة على هذا السؤال.

(1) Everett Rogers and George Beal, "The importance of Personal Influence in the Adoption of Technological Change" **Social Forces**, 36, pp. 329-335, 1958.

- Everett Rogers and R.L. pitzer, **The Adoption of Irrigation By Ohio Far mers**, wooster: Ohio Agricultural Exp. Sta. Research Bulletin, 851, 1960.
- Paul Deutschmann and orlando Fals Borda, "La Communiacion de Las Ideas entrc los Compesinos Colombianos"Bogota, University of Colombia, **Sociological Monograph, 14, 1962.**
- George beal and Everett Rogers, "Informational sources in the Adoption Process of New Fabrics" **Journal of Ho me Econo my**, 49: 1957, pp. 630-634.
- Robert Mason, "The UYse of Information sources in the pro-cess of =

وكما نعلم فإن الإمكانيات الكامنة فى وسائل الإعلام إمكانيات ضخمة وهى تصبح أكثر قوة إذا استخدمت مع قنوات الإتصال المباشر فى مزيج يكمل بعضه البعض. ونوادى الاستماع أو المشاهدة هى واحدة من أنواع هذه القنوات المركبة. وهذه النوادى منظمة فى شكل مجموعات صغيرة من الأفراد يجتمعون بصفة منتظمة لاستقبال برنامج إعلامى ويناقشون محتوياته.

وقد نشأت نوادى الإستماع أو المشاهدة؛ أساسا؛ فى كندا بين العائلات والمزارع، ثم انتشرت بعد ذلك فى الدول الأقل نموا كالهند وإندونيسيا ونيجيريا وغانا وملاوى وكوستاريكا والبرازيل. واكتشف روجرز وشوميكر أن هذه النوادى – فى بلاد مختلفة – استخدمت كثير من وسائل الإعلام. فالراديو استخدم فى النوادى الهندية، والإذاعات المدرسية استخدمت فى أمريكا اللاتينية، والكلمة المطبوعة استخدمت فى مجموعات الدراسة فى الصين، والتليفزيون استخدم فى النوادى الإخبارية الهند(١).

وقد تم سؤال أفراد العينة فى قها عما إذا كانوا يديرون مناقشات جماعية حول تنظيم الأسرة، وإذا كان الأمر كذلك، فقط طلب إليهم أن يحددوا الأماكن التى تجمعوا فيها لمناقشة هذا الموضوع.

ويتبين من الجدول رقم ٤٤ أن أكبر نسبة من أفراد العينة ٦٣.١٪ لم يناقشوا موضوع تنظيم الأسرة مع آخرين بينما أن نسبة أقل بلغت ٣٦.٩٪ يناقشون الموضوع مع الآخرين. وقد تبدو هذه البيانات غير متطابقة وبيانات الجدول رقم ٢٥ والتى تبين أن غالبية أفراد العينة قد ناقشوا برنامج وسائل الإعلام مع آخرين. ولكن هذا غير صحيح. ذلك أن نصيب برنامج تنظيم الأسرة فى أفضليات البرامج نصيب ضئيل (جدول رقم ٢٠) وبالتالى فقد أهتم معظم المبحوثين بمناقشة البرامج

= Adoption' Rural Sociology, 20, 1964, pp. 40-62.

- Eugene Wikening "Roles of Communicating Agents in Technological Change in Agriculture" Social Forces, 34, 1956, pp. 361-367.

(1) Rogers and shoemader, 1971 op. cit., p. 261

السياسية والاجتماعية فى حين لم تناقش إلا القلة برامج تنظيم الأسرة باعتبارها موضوعات شخصية وعائلية بالدرجة الاولى وهو ماقاسته بالفعل من مناقشة المبحوثين.

الجدول رقم (٤٤)

أماكن المناقشات حول تنظيم الاسـرة

المكـــان	العـدد	النسبة المئوية
١- لا أشترك فيها	١٥٠	٦٣.١٪
٢- فى المدرسة (مجلس الاباء)	٨	٣.٣٪
٣ – فى الدوار	٢٠	٨.٤٪
٤ – في العيادات	٣	١.٣٪
٥ – فى بيت صديق	٢٥	١٠.٥٪
٦ – فى بيت العمدة	٢	.٨ -٪
٧ – فى القهوة	٤	١.٧٪
٨ – فى الوحدة الصحية	٢٢	٩.٢٪
٩ – فى مكان آخر	٤	١.٧٪
إجمالـى	٢٣٨*	١٠٠٪

تنظيم الأسرة في مرحلة الاقتناع:

لقد تبين لنا من الجدول رقم ٤٣ أن ٩٥.٢٪ من إجمالي أفراد العينة يدركون موضوع تنظيم الأسرة. وننتقل هنا إلى المرحلة الثانية فى عملية اتخاذ القرار بشأن الفكرة الجديدة، وهى مرحلة الاقتناع، وفيها إما يكون الفرد اتجاها مؤيدا لتنظيم الأسرة أو غير مؤيد لها. ولقد

(*) أحجم ١١ من أفراد العينة عن الإجابة على هذا السؤال .

سألنا أفراد العينة إذ كانوا يوافقون على تنظيم الأسرة أو لا يوافقون عليها مع بيان أسباب اتجاههم فى كل حالة.

ويوضح الجدول رقم ٤٥ أن ٦٦.٦٪ من أفراد العينة يوافقون على تنظيم الأسرة.

والحقيقة - كما أشرنا من قبل - فإن تنظيم الأسرة موضوع يرتبط بالسياسة القومية وبالعقائد الدينية. ذلك أن بعض الأفراد، يستشعرون عاطفة دينية فطرية ضد ما يعتبرونه تدخلا فى إرادة الله. هذا ونسبة الذين لم يؤيدوا تنظيم الأسرة لأسباب دينية بلغت ١٨.٧٪. وهذه النسبة تمثل قلة قليلة لا تشكل عقبة ضد سياسات التغيير الاجتماعي.

الجدول رقم (٤٥)

الاتجاهات نحو تنظيم الاسرة مقارنا بالمهنة

الاتجاه / المهنة	فلاحون	عمال	آخرون	إجمالى
نعم أوافق	٣٩(٤٠.٦٪)	٦٧(٧٦.١٪)	٥٨(٩٣.٦٪)	١٦٤(٦٦.٦٪)
لا أوافق لأسباب دينية	٢٩(٣٠.٢٪)	١٥(١٧.١٪)	٢(٣.٢٪)	٤٦(١٨.٧٪)
لا أوافق لأنها مضرة بالصحة	٢٣(٢٤٪)	٤(٤.٥٪)	١(١.٦٪)	٢٨(١١.٤٪)
لا أوافق لأسباب أخرى	٥(٥.٢٪)	٢(٢.٣٪)	١(١.٦٪)	٨(٣.٣٪)
إجمالى(*)	٩٦(١٠٠٪)	٨٨(٠٠٪)	٦٢(١٠٠٪)	(**) ٢٤٦(١٠٠٪)

(*) تم حساب النسبة المئوية لكل فئة علي حدة لأهمية ذلك فى التحليل.

(**) أحجم ٣ أفراد العينة عن الإجابة على هذا السؤال.

وقد حدث أثناء مناقشة غير رسمية أن ذكرت عبارة تحديد النسل. فقال أحد الفلاحين أنه يفضل عبارة تنظيم الأسرة لأن الدين الإسلامى يحرم منع الحياة الأمر الذى قد يفهم من المسمى الأول (تحديد النسل).

وقد تكون هذه الإشارة تبريرا منطقيا من جانب الفلاح. وإذا ما نجح التبرير المنطقى فى التوفيق بين تنظيم الأسرة والجانب الدينى، فإنه يصبح من الصعب عندئذ اعتبار الدين قوة جامدة تغلق الطريق أمام سياسة التغيير الإجتماعى وبالتالى فى وجه التقدم.

ويتبين من الجدول السابق أن الذين يعارضون تنظيم الأسرة لأسباب دينية يختلف رأيهم عن ندرة الموارد الإقتصادية إختلافا كلياً عن رأى الذين يؤيدون تنظيم الأسرة. فالأولين يرون أن الله سيوفر الرزق لأطفالهم. ويستشهدون فى هذا بالدين ذلك أن الله يعطى لكل إنسان وسيلة رزقه. فمن غير شك أن الله هو العاطى وهو الرزاق. وهو ما لمسناه عند مناقشتنا المبحوثين.

ويتضح أيضاً أن من بين أفراد العينة ١١٫٤٪ يعارضون تنظيم الأسرة لأنها خطر على الصحة. وفى هذا يمكن أن نستنتج إمكانية وجود حملات مضادة لتنظيم الأسرة. ويبدو أن هذه الرسائل السلبية تنقل بصفة متكررة بين جماهير المستقبلين بواسطة الكلمة الشفهية. وتنتشر الشائعات المضادة لتنظيم الأسرة بشك سريع وخطير. منها مثلا شائعات أن حبوب منع الحمل تسبب السرطان وتزيد الوزن وتؤدى إلى شحوب الوجه وأن الواقى الذكرى يضعف الإبصار. وقد صرح أحد أفراد العينة بأن القابلة (الداية) فى القرية قالت أن امرأتين قد توفيتا بعد استخدام الحبوب.

ولكن بسؤال بعض الناس الآخرين فى القرية أفادوا بأن القابلة كانت خصما لدودا لتنظيم الأسرة. وطبقاً لروايتهم فإنها كانت تقود حملة مضادة وتنشر المعلومات الخاطئة.

هذا وبالرغم من عدائها للفكرة الجديدة فقد أصبحت بدون قصد- ورغما عنها مصدراً للإدراك لفكرة تنظيم الأسرة. ففى جهودها فى مقاومة تنظيم الأسرة كانت

تعطى معلومات عنه إلى السيدات، ورغم أن هذه المعلومات كانت مضادة لتنظيم الأسرة إلا أنها عاونت فى خلق الإدراك بينهن.

أما الذين يؤيدون تنظيم الأسرة فإنهم ينظرون إلى الموضوع نظرة منطقية. فقد قال أحد أفراد العينة إن مجتمعنا يتزايد أعداده بدرجة كبيرة وبسرعة وأرضنا الزراعية ظلت كما هى، فماذا سيفعل أطفالنا؟ وأين سيذهبون؟ إن آرائه هذه عن الرخاء والتقدم تشير إلى توقعه مستقبلا أفضل إذا ما تم تبنى تنظيم الأسرة.

هذا وتعكس استجابات القرويين لتنظيم الأسرة آراءهم فى التقدم والتنمية. إذ قال أحد المزارعين أن تنظيم الأسرة هو الشىء الصحيح ذلك لأن الشخص يكون قادرا على إرسال أولاده إلى المدرسة إذا كان عددهم اثنين أو ثلاثة فقط، كما أنه يستطيع تربيتهم كما ينبغى وأن يكسبهم على نحو كاف، وعندئذ يشبون كما يجب بدلا من أن يقضوا طفولتهم يجوسون الشوارع عرايا ومرضى.

إذن فإن بعض أفراد العينة يدركون بوضوح ضخامة المشكلة السكانية ويشعرون أن الحكومة قد تأخرت جدا بالفعل فى تطبيق برنامج تنظيم الأسرة. وقد قال أحدهم فى ذلك إننى أعرف ماذا تعنى المشكلة السكانية، فإن لدى خمسة أطفال. قالها وهو يشكو من أن البرنامج جاء متأخرا جدا بحيث لم يستفد منه. وأضاف أحد العمال قائلا لن يعاوننا الآن سوى استخدام التعقيم.

هذا ولم يغب على الفلاحين أن يفهموا تنظيم الأسرة بحكمتهم التقليدية. إذ قال أحدهم أن المثل الفلاحى يشير علينا أن نحفظ ماشيتنا قليلة العدد وأن نصرف عليها بسخاء، وأن تبقى أرضنا صغيرة ونخدمها جيدا. وأضاف أن نفس الشىء ينطبق على الآدميين. إن الصحة والتعليم والزمان الاقتصادى هى أسمى اعتباراتهم عند التفكير فى عدد أفراد الأسرة.

ويوضح الجدول رقم ٤٥ أيضا أن نسبة العمال الموافقين على تنظيم الأسرة بين غيرهم من العمال أعلى من نسبة الفلاحين بين غيرهم من الفلاحين. فقد ذكر ٧٦.٢٪ من العمال أنهم يؤيدون تنظيم الأسرة فى حين أن ٢٣.٩٪ لم يؤيدوه. أما

بين الفلاحين فإن ٤٠.٦٪ فقط يؤيدون تنظيم الأسرة، وأن ٥٩.٤٪ لا يؤيدونه. وهذه الآراء جاءت تأكيد لما جاء في الجدول رقم ٤١ من أن حوالي ثلث الفلاحين لديهم أكثر من ستة أطفال بينما أن أكثر من ثلث العمال إما ليس لديهم أطفال أو لديهم بين طفل وطفلين. فالفلاحين لا يؤيدون تنظيم الأسرة بقدر ما يؤيده العمال. ويؤيد تنظيم الأسرة في فئة ذوي المهن الأخرى ٩٣.٦٪.

وتؤكد الإجابات المتقدمة الحقيقة القائلة بضرورة أن يكون الفلاحون الجمهور المستهدف في أي حملة لتنظيم الأسرة.

الجدول رقم (٤٦)

الاتجاهات نحو تنظيم الأسرة مقارنا بمعرفة القراءة والكتابة

الحالة (*) / الاتجاه	يعرفون القراءة والكتابة	أميون	إجمالي
نعم أوافق	٨٦(٨٩.٦٪)	٧٨(٥٢٪)	١٦٤(٦٦.٦٪)
لا أوافق لأسباب دينية	٦(٦.٣٪)	٤٠(٢٦.٧٪)	٤٦(١٨.٧٪)
لا أوافق لأنها مضرة بالصحة	٣(٣.١٪)	٢٥(١٦.٦٪)	٢٨(١١.٤٪)
لا أوافق لأسباب أخرى	١(١٪)	٧(٤.٧٪)	٨(٣.٣٪)
إجمالي	٩٦(١٠٠٪)	١٥٠(١٠٠٪)	٢٤٦(**) (١٠٠٪)

وقد استخدمنا اختبار كا٢ لمعرفة العلاقة بين القبول بالفكرة الجديدة والمهنة حيث كانت كا٢ المحسوبة في بيانات العينة تساوى ٥٣.٣٩٥ بينما كانت كا٢ المجدولة

(*) تم حساب النسبة المئوية لكل فئة على حدة وللإجماليات بالنسبة للإتجاه لأهمية ذلك في التحليل.

(**) أحجم ٣ أفراد عن الإجابة على هذا السؤال.

لدرجتين حرية وعند مستوى ٠٫٠٥ تساوى ٥٫٩٩١ مما يدل على وجود فرق معنوى بين الذين يؤيدون تنظيم الأسرة والذين لا يؤيدون تنظيم الأسرة مقارنا بالمكانة الاجتماعية.

هذا ويبين الجدول رقم ٤٦ أن نسبة الذين يؤيدون تنظيم الأسرة ويعرفون القراءة والكتابة أكبر بكثير من النسبة لدى الأميين. إذ أن من بين من يعرفون القراءة والكتابة ٨٩٫٦٪ يؤيدون تنظيم الأسرة، ١٠٫٤٪ لا يؤيدونه. ومن بين الأميين ٥٢٪ يؤيدون تنظيم الأسرة، ٤٨٪ لا يؤيدونه.

وهذه النتيجة تتفق كثيراً مع ما ورد فى الجدول رقم ٤٢، ذلك أن حوالي ٧١٪ ممن يعرفون القراءة والكتابة لديهم بين طفل (أو ولد) وأربعة بينما أن حوالى نفس النسبة من الأميين لديهم أربعة وأكثر من أربعة وستة أطفال (أو أولاد).

وقد قمنا باستخدام اختبار كا٢ لإيجاد العلاقة بين القبول بالفكرة المستحدثة ومعرفة القراءة والكتابة حيث كانت كا٢ المحسوبة فى بيانات العينة تساوى ٣٧٫٢٠٧ بينما كانت كا٢ المجدولة لدرجة حرية واحدة وعند مستوى ٠٫٠٠٥، تساوى ٣٫٨٤١ مما يدل على وجود فرق معنوى بين من يؤيدون ومن لا يؤيدون تنظيم الأسرة وبين معرفة القراءة والكتابة. إذ أن لدى من يعرفون القراءة والكتابة اتجاها مؤيدا لتنظيم الأسرة أكثر مما لدى الأميين.

إذن فإنه يمكن القول أن القبول بالفكرة المستحدثة متصل بالمهنة ومعرفة القراءةوالكتابة.

ومن ناحية أخرى فقد وجد هاريك Harik[1] فى دراسته أن إجابات المبحوثين تعكس أفكارهم عن التقدم والتنمية. وقد تبين له أن الصحة والتعليم والضمان الإقتصادى هى أهم الاعتبارات لديهم بشأن حجم الأسرة.

(1) Harik, 1974 op cit. p. 179.

بينما وجد روجرز Rogers أن الزوجات أكثر تعاطفاً مع تنظيم الأسرة من الأزواج (١).

هذا ومن الضروري، عند تشكيل رسائل الاتصال الجماهيري أخذ كل الاتجاهات والدراسات المشار إليها في الحسبان. كما يجب أن تدمج استراتيجيات الإقناع بالكامل في رسائل الاتصال عن تنظيم الأسرة.

وبناء على ما تقدم فإننا نعرض النتائج التالية: -

١ - إنه يمكن تغيير الاتجاهات والسلوك إذا أدرك المرسل أن مصدر الرسالة مصدر ثقة. إن المعنى الضمني لإنشاء رسائل تنظيم الأسرة هو أن ينسب محتواها لمصدر يدرك المستقبلون أن الثقة فيه عالية.

٢ - إنه يمكن تغيير الاتجاهات والسلوك إذا كان المصدر والمستقبل متجانسين. وقد وجد روجرز أن الفلاحين كانوا يدركون أن عجوز القرية متجانسا معهم، بينما كان الطبيب شخصاً أعلى مكانة.

٣ - أنه يمكن تغيير الاتجاهات والسلوك إذا عرضت النتيجة في الرسالة، وخاصة للمستقبلين ذوي الثقافة المتوسطة.

٤ - أنه يمكن تغيير الاتجاهات والسلوك إذا عرضت الرسالة فوائد وعيوب الفكرة المستحدثة، وخاصة إذا كان المستقبلون يعارضون الفكرة أو كانوا من الثقافة العالية، أو كانوا معرضين لدعايات مضادة.

٥ - أنه يمكن تغيير الاتجاهات والسلوك إذا لم تستخدم أساليب التهديد (إثارة الخوف- التخويف) في الرسالة إلا في حالات معينة (٢).

ومما تقدم، نرى أنه يجب استخدام المبادىء السالف الإشارة إليها عند

---

(1) Rogers, 1973 , op cit. pp 291 - 292.

(٢) انظر الجزء النظري في هذا الكتاب .

إعداد رسالة للإقناع فى تنظيم الأسرة.

تنظيم الاسرة في مرحلة اتخاذ القرار:

إن المرحلة الثالثة فى عملية اتخاذ القرار بشأن الفكرة المستحدثة هى القرار، أى اتخاذ القرار، التى ينهمك فيها الفرد فى أنشطة تؤدى إلى الاختيار فيما بين تبنى الفكرة المستحدثة أو رفضها.

وقد وجد بعض الباحثين أنه بالرغم من أن ٧٥٪ -٩٠٪ من سكان الهند فى سن الخصوبة لديهم الإدراك والمعرفة وأن معظم هؤلاء من نوى الاتجاهات المؤيدة لتنظيم الأسرة، إلا أن ٨٪ منهم قد تبنى وسائل ضبط النسل (١).

ووجِدَت فى كوريا نتائج مشابهة لتلك التى وجدها روجرز فى الهند.

وتشير هذه البحوث إلى أن خلق الإدراك والمعرفة لا يؤدى تلقائيا إلى الاقتناع والتبنى.

وفى دراستنا سألنا أفراد العينة إذا كانوا تبنوا تنظيم الأسرة طالما وافقوا عليه.

ويتضح من الجدول رقم ٤٧ أن ٤٥.٨٪ من أفراد العينة قد تبنوا تنظيم الأسرة. وأن، ٢٠٪ لم يتبنوه رغم أنهم يؤيدونه. وذكر أفراد العينة أسبابا متعددة لعدم تبنيهم تنظيم الأسرة. فقال البعض أنهم لم يتبنوا تنظيم الأسرة لأنهم أرادوا مزيدا من الأطفال. وقال البعض الآخر أنهم لم يتبنوا تنظيم الأسرة لأن ذويهم لم يقبلوا أو لأن وسائل تنظيم الأسرة لم تكن متاحة. ومن بين الأسباب الأخرى لعدم التبنى كان الخجل أو الخوف من الأضرار الداخلية أو الخوف من فقد القدرة على الإنجاب. كما يظهر الجدول أيضا أن، ٢٤.٢٪ من أفراد العينة لم يؤيدوا فكرة تنظيم

(1) Robert Lapham, and W. Parker Mauldin," National Family Palnning Programs: Review and Evaluation," **Studies Family Planning**, 1971, No. 3, pp. 29 - 52.

الأسرة ومن ثم لم يفكروا في تبنيها. وهذه النتائج تشير إلى أن خلق الإدراك والمعرفة لا يؤدي آليا إلى الاقتناع والتبني. كما نستنتج أيضا أن هناك فجوة واسعة بين الجزء من الجماهير في سن الاخصاب الذين يدركون تنظيم الأسرة وبين نسبة من تبنوا تنظيم الأسرة من بينهم.

الجدول رقم (٤٧)

القرارات بتبني تنظيم الأسرة

القرار	العدد	النسبة المئوية
١- لا أوافق .	٨٥	٣٤.٢٪
٢ - نعم أستعملها.	١١٤	٤٥.٨٪
٣ - أوافق ولكن لا أستعملها لأني أريد مزيدا من الأطفال .	١٥	٦٪
٤ - أوافق ولكن لا أجد الوسائل اللازمة .	١	٠.٤٪
٥ - أوافق ولكن الزوج/ الزوجة لا توافق .	٤	١.٦٪
٦ - أوافق ولكن هناك أسباب أخرى تمنعني .	٣٠	١٢٪
إجمالــــي	٢٤٩	١٠٠٪

ومن ثم فإنه يمكن القول أن الوظيفة الأساسية لأنشطة تنظيم الأسرة، في وقتنا الحالي يجب أن تكون من أجل الاقناع والحث على تغيير السلوك الظاهري، وليس من أجل الإدراك أو الأخبار.

تنظيم الاسرة في مرحلة تأكيد القرار

والوظيفة الأخيرة في عملية اتخاذ القرار بشأن الفكرة المستحدثة هي تأكيد

القرار. وهى المرحلة التى يسعى فيها المستقبل نحو تدعيم القرار الذى اتخذه بشأن الفكرة المستحدثة.

وقد أوضحنا فيما تقدم أنه للحفاظ على موضوع ما أو عادة معينة فإنه يجب أن نقوم بعملية تعزيز. وأنه فى مجال كتنظيم الأسرة، حيث يجب أن تدعم فكرة الممارسة، فإن التعزيز والتأكيد المستمر أمر مطلوب. وكما أوضحنا فإن وسائل الإعلام هى من أحسن الوسائل للقيام بهذه المهمة. ومع ذلك فإن معظم رسائل وسائل الإعلام تهدف فقط إلى التبنى وتتجاهل أهمية التدعيم المستمر لاستمرار التبنى. وعلى سبيل المثال، يمكن تصميم الرسائل لتشير إلى الإجماع على تنظيم الأسرة: «كل إنسان ينظم أسرته». ولكن نادرا ما يعطى هذا الأمر أهمية كبيرة (١).

ويقرر لافام Lapham وموادين Mouldin أن هناك نسبة عالية من عدم الاستمرار فى الممارسة قد ظهرت فى البحوث التى أجريت فى كثير من الدول الأقل نمواً. ويقولان أن معدل عدم الاستمرار فى استخدام اللولب بعد عامين من بداية الاستخدام، فى عام ١٩٧٠، فى بعض البلاد كانت كما يلى (٢).

البـلـد	نسبة عدم الاستمرار
كوريا الجنوبية	٦٢٪
هونج كونج	٥١٪
ماليزيا	٤٨٪
تايوان	٤٧٪
الهند	٤٦٪
الفليبين	٤٥٪
تايلاند	٤٤٪
بنجلاديش	٣٤٪
سرى لانكا	٣٢٪

(1) Rogers, 1973, op. cit. pp. 292 - 298.
(2) Lapham and Mauldin, 1971, op cit.

وقد سألنا الذين تبنوا تنظيم الأسرة: منذ متى تبنوا تحديد النسل؟

ويشير الجدول رقم ٤٨ إلى أن ٩.٦٪ ممن تبنوا تنظيم الأسرة لم يؤكدوا قرارهم، حيث أن مرحلة تأكيد القرار تتحق بعد فترة لا تقل عن ستة أشهر. كما يظهر الجدول أيضا أن ٩٠.٤٪ ممن تبنوا تنظيم الأسرة قد أكدوا قرارهم.

الجدول رقم (٤٨)

مدة تبني تنظيم الاسرة

مدة التبني	العدد	النسبة المئوية
منذ أقل من ستة شهور	١١	٩.٦٪
منذ ستة شهور	٧	٦.١٪
منذ سنة	٦	٥.٢٪
منذ سنتين	١٦	١٤.٢٪
منذ أكثر من سنتين	٧٤	٦٤.٩٪
المجموع	١١٤ (*)	١٠٠٪

ومن سوء الحظ أن كثيراً من المسئولين عن تنظيم الأسرة قد تجاهلوا، إما بقصد أو بدون قصد، مشكلة عدم الاستمرار. ونحن نوصي هنا، بأن أحد الحلول التى يمكن اتخاذها فى تنظيم الأسرة هو خفض النسبة المرتفعة لعدم الاستمرار فى استخدام وسائله.

هذا وإن تركيز معظم الاهتمام على إحراز التبنى الأولى لوسائل تنظيم

(*) اقتصر هذا الجدول على أفراد العينة الذين تبنوا تنظيم الأسرة فعلا وبلغ عددهم ١١٤ فرداً حيث لم يتم سؤال من لم يتبنوا تنظيم الأسرة وعددهم ١٣٥ فرداً.

الأسرة فقط، يعتبر أمراً غير ذى جدوى. ذلك أن التقدم المنشود لن يتم بسبب عدم الاستمرار. كما نؤكد على أن متابعة الذين يتبنون تنظيم الأسرة بعد اتخاذهم القرار مسألة هامة فى تجنب عدم الاستمرار.

وقد استخدمنا اختبار كا٢ لإيجاد العلاقة بين تبنى الفكرة المستحدثة والمهنة حيث كانت كا٢ المحسوبة تساوى ٢٨٧ . ٣٦ بينما كانت كا٢ المجدولة لدرجتين حرية عند مستوى ٠٠٥، تساوى ٩٩١ . ٥ مما يدل على وجود فرق معنوى بين من تبنوا تنظيم الأسرة ومن لم يتبنوه، والمهن المختلفة. كما تبين أيضا أن العمال أكثر من الفلاحين فى تبنى تنظيم الأسرة.

واستخدمنا أيضاً اختبار كا٢ لايجاد العلاقة بين تبنى الفكرة المستحدثة ومعرفة القراءة والكتابة حيث كانت كا٢ المحسوبة تساوى ١١٥ . ٢٠ بينما كانت كا٢ المجدولة لدرجة حرية واحدة وعند مستوى ٠٠٥، تساوى ٨٤١ . ٣ مما يدل على وجود فرق معنوى بين من يعرفون القراءة والكتابة والأميين وتبنى الفكرة الجديدة. فمن يعرفون القراءة والكتابة يتبنون تنظيم الأسرة أكثر من الأميين.

ثم استخدمنا اختبار كا٢ لايجاد العلاقة بين تبنى الفكرة المستحدثة والتعرض لوسائل الإعلام حيث كانت كا٢ المحسوبة تساوى ٥٨٨ . ٩ بينما كانت كا٢ المجدولة لدرجة حرية واحدة عند مستوى ٠٠٥، تساوى ٨٤١ . ٣ مما يدل على وجود فرق معنوى بين من تعرضوا لوسائل الإعلام؛ ومن لم يتعرضوا، وتبنى الفكرة المستحدثة. فهؤلاء الذين تعرضوا لوسائل الإعلام أكثر ممن لم يتعرضوا فى تبنى تنظيم الأسرة.

ويمكن أن نستنتج مما تقدم أن تبنى الفكرة المستحدثة متصل بالمهنة ومعرفة القراءة والكتابة والتعرض لوسائل الإعلام.

هذا ويهم أن نوضح أن حملة تنظيم الأسرة هى جزء من حملة قومية وبكلمات أخرى هى فكرة آتية من خارج القرية وأيضا آتية من الحكومة.

والجدير بالاشارة هنا أن روجرز وشوماكر قد ذكرا أن عملية اتخاذ القرار بشأن فكرة جديدة تتصل عادة بأربعة أنواع من القرارات وهى:

١ - **القرارات الاختيارية:** وهى القرارات التى يتخذها فرد بغض النظر عن القرارات التى يتخذها الأعضاء الآخرون فى النظام الاجتماعى.

٢ - **القرارات الجماعية:** وهى القرارات التى يتفق الأفراد؛ فى النظام الاجتماعى؛ على اتخاذها بالإجماع.

٣ - **قرارات السلطة:** وهى القرارات التى تفرض على الفرد من شخص فى مركز قوة. وفى قرارات السلطة لا يكون إتجاه الفرد نحو الفكرة الجديدة هو العامل الرئيسى فى تبنيه أو رفضه لها. فببساطة يخطر الفرد بالقرار الذى أتخذ من جانب السلطة بشأن الفكرة الجديدة. ومن المتوقع أن يخضع لهذا القرار وينفذه كأمر صادر إليه.

٤ - **القرارات المشروطة:** وهى اختيار بالقبول أو الرفض. ويمكن للفرد اتخاذ هذه القرارات فقط بعد أن تتخذ السلطة قرارها بشأن الفكرة الجديدة[1].

هذا وإذا طبقنا هذه الأنواع الرئيسية للقرارات بشأن الأفكار المستحدثة لوجدنا أن ما يستخدم منها فى تنظيم الأسرة هو مزيج من النوعين الأول والرابع، القرارات الاختيارية والقرارات المشروطة، فطالما أن حملة تنظيم الأسرة هى جزء من حملة عامة على مستوى الدولة، إذن فالقرار مشروط. ولكن فى نفس الوقت نجد أن تبنى تنظيم الأسرة هو قرار اختيارى يتخذه كل فرد.

مصادر التأثير على تبنى تنظيم الأسرة

لقد تبين أثناء الدراسة التى أجريت على قرية قها أن الأسلوب الذى استخدم للإقناع كان أسلوب الاتصال المباشر وجها لوجه.

هذا ومن المعلوم أن بحوث الاتصال قامت أخيرا - وإن تأخرت قليلا - بإعادة اكتشاف تأثير الجماعة [2]. فالتأثير العميق الذى تمارسه الجماعات على مفاهيم

(1) Rogers and Shoemaker, 1971, op. cit., pp. 36 - 37.
(2) Katz and Lazarsfeld, 1958, op. cit., p. 33.

وآراء واتجاهات أعضائها قد أصبح محل تركيز البحوث فى علم النفس الاجتماعى بصفة عامة وفى بحوث الجماعة الصغيرة على وجه الخصوص (١).

ولقد اكد لفيف من الكتاب العلاقة الوثيقة الواضحة بين مثل هذه الدراسات وبين بحوث ونظريات الإتصال الجماهيرى (٢) .

وتوضح هذه الدراسات ان الاتصال الجماهيرى له قدرة مؤثرة للإقناع بتثبيت الآراء القائمة تفوق فى تأثيرها قدرته على تغيير هذه الآراء ، بمعنى انه إذا اخذنا جمهورا معينا تعرض لاتصال معين فإننا ، نجد بصورة تكاد نموذجية ، أن التأثير الغالب لهذا الاتصال هو تدعيم أو على الاقل استقرار الآراء القائمة لدى هذا الجمهور .

وقد وجد لازارسفيلد وآخرون فى دراستهم أن عدداً من الافراد الذين غيروا نواياهم الانتخابية قد ذكروا ان التأثير المباشر من الناس كان هو السبب الاكبر فى حدوث هذا التغيير ، وكان تأثير الاتصال الإعلامى أقل منه (٣).

---

(1) Klapper, 1961, op. cit., p.7.

(2) Samuel Flowerman " The Use of Propaganda to Reduce Prejudice : A Refutation " **International Journal of Opinion and Attitude Research,** 111, 1949 , pp. 99 - 108 .

Joseph Ford " The Primary Group in Mass Communication " **Sociology and Social Research,** 1954 , XXXVIII, 3.

Matidla White Riley and John Riley " A Sociological Approach to Communication Research" **Public Opinion Quarterly** , 1951 XV pp. 440 - 460 .

Eleonor Maccoby " Why Do Children Watch T.V ? " **Public Opinion** Quarterly , 1954 XVIII, pp. 239 - 244.

(3) Katz and Lazarsfeld, 1955, op. cit., p. 50.

كما تؤكد بحوث الإتصال أن عملية اتخاذ القرار ، عندما يتواجد كل من تاثير الاتصال المباشر وتاثير الاتصال الجماهيرى ، يكون تاثير الاتصال المباشر تجاه التغيير أكبر من تاثير الاتصال الجماهيرى .

ولقد وجد بارك فى تجربته الميدانية فى إحدى مناطق سيول أن أكثر مصادر التاثير فى إقناع الذين تبنوا تنظيم الاسرة جاء عن طريق العاملين الميدانيين الذين زاروهم فى بيوتهم (١) .

ثم أظهر دوبى Dubey وكولدين Choldin فى دارستهما فى نيودلهى أن أكثر مصادر التاثير أهمية للأزواج والزوجات جاء من الاصدقاء والجيران (٢) .

ولقد وجد كل من بالاكريشنام Balakishnam وماتى Mathai فى دراستهما فى إحدى ضواحى كلكتا ، ان الاصدقاء والاقارب كانوا أكثر سنوات الاتصال أهمية فى تبنى تنظيم الأسرة (٣).

هذا وتبين من كثير من بحوث الاتصال أنه فى عملية اتخاذ القرار ، إذا ماوجود الاتصال المباشر والاتصال الجماهيرى معاً ، يبدو ان تاثير الاتصال المباشر بالنسبة للتغيير أكبر بكثير من تاثير وسائل الإعلام .

---

(1) Park , 1968 , op. cit ., p.81.

(2) Dinesh Dubey , & Harvey Choldin, " Communication and Diffusion of the IUD : A case study in Urban India " **Demography, 1967, No. 4.** pp. 601 - 614.

(3) T.R. Balakrishnam , T.R. and Ravi Mathai , **Evaluation of aFamily Planning Publicity Program in India,** Calcutta, Indian Institute of Management , 1966,p . 25.

وقد قمنا بسؤال الذين تبنوا تنظيم الأسرة عن الوسيلة التى أثرت فيهم ليتخذوا قرارا بهذا التبنى.

ويبين الجدول رقم ٤٩ أن التأثير الشخصى كان أكبر فى ذلك من وسائل الإعلام. فقد ذكر ٨٧.٧٪ أن الاتصال المباشر كان هو المؤثر للتبنى بينما ذكر ٢.٧٪ أن وسائل الإعلام هى التى كان لها هذا التأثير. فى حين أن ٩.٦٪ اتخذوا قرارهم، فى هذا الشأن، بمفردهم.

كذلك يتبين لنا أن التأثير عن طريق الأصدقاء هو الأكثر فاعلية ويبلغ ٤٢.٩٪، وأن التأثير عن طريق الأطباء والممرضات بلغ ٣١.٦٪، وأن تأثير الأقارب بلغ ١٣.٢٪.

والجدير بالإشارة هنا أن الصحف لم يكن لها أى تأثير على التبنى.

وعلى الرغم من أن وسائل الإعلام لعبت دورا هاما فى نشر المعلومات عن تنظيم الأسرة كما هو مبين فى الجدول رقم ٤٣، إلا أنها تبدو أقل تأثير فى حث وإقناع الناس فى مرحلة التبنى (تبنى تنظيم الأسرة) فى حين أن الاتصال المباشر، وخاصة من الأنداد المتجانسين مثل الأصدقاء، والأهل، هو وسيلة جوهرية فى حث وإقناع المستقبل العادى بالفكرة المستحدثة. ويعتبر الاتصال المباشر أحسن القنوات التى تقوم بمهمة الإقناع (المهمة الإقناعية)، ذلك أنه يوثق فيه باطمئنان. كما تبين أيضا أن الطبيب والمرضة هما مصدران أخران من مصادر الثقة.

وبالنسبة للذين اتخذوا قرارهم بالقيام بمفردهم باتباع تنظيم الأسرة، فإن هذا القرار يوضح بما لا يدع مجالا للشك بأن الناس يميلون، من تلقاء أنفسهم، إلى تبنى ما يقابل إحتياجاتهم ومتطلباتهم، الأمر الذى يظهر أنه لمساعدة على انجاح الحملات القومية لتنمية فإنه لابد من ربط تلك الحملات بالحاجات المباشرة للناس.

هذا وقد تبين أن بيانات دراستنا تتطابق إلى حد كبير مع وجهة نظر كاتز ولازارسفيلد حين قالا بأن الآراء الخاصة الظاهرية والاتجاهات غالبا ما تولد أو تدعم فى الجماعات الصغيرة اللصيقة كالأسرة والأصدقاء ورفاق العمل [1].

(1) Katz and Lazasfeld, 1958, op. cit., p. 9.

ولقد أكدت نتائج دراستنا الفرض الذى افترضناه من أن قنوات الإتصال المباشر أكثر أهمية نسبيا من قنوات وسائل الاعلام فى وظيفة الإقناع فى عملية اتخاذ القرار بشأن الأفكار المستحدثة.

الجدول رقم (٤٩)

مصادر التأثير علي تبني تنظيم الاسرة

السؤال: كيف قررت استعمال وسائل منع الحمل؟

الكيفيـــــة	العـدد	النسبة المئوية
بمفردى	١١	٩.٦٪
عن طريق الدعاية في الجرايـد	–	–
عن طريق الراديو	١	٠.٩٪
عن طريق التليفزيون	٢	١.٨٪
عن طريق الأقارب	١٥	١٣.٢٪
عن طريق الأصدقاء	٤٩	٤٢.٩٪
عن طريـق الطبيب أو الممرضـة	٣٦	٣١.٦٪
إجمالـــــى	١١٤ (*)	١٠٠٪

(*) اقتصر هذا الجدول على أفراد العينة الذين ثبتوا تنظيم الأسرة وعددهم ١١٤ فردا فقط.

الخلاصة :

يمكن القول مما تقدم أن وسائل الإعلام تستطيع أن تكون ذات فائدة كبيرة فى عملية اتخاذ القرارات، التى يجب أساسا أن تصاحب التغيير الاجتماعى.

وقد حاولنا فى هذا الفصل تقييم دور وسائل الإعلام فى عملية اتخاذ القرار الخاص بتبنى فكرة مستحدثة. ولتحليل هذا الدور اخترنا تنظيم الأسرة على اعتبار أن الانفجار السكانى يعد واحدا من المشاكل الرئيسية التى تواجه التنمية فى مصر، ولهذا السبب فإن حكومة مصر تعطى أهمية كبيرة لهذا الموضوع.

وقد تبين لنا أن هناك دور لوسائل الإعلام فى كل وظيفة من الوظائف الأربع الرئيسية فى عملية اتخاذ القرار بشأن الفكرة المستحدثة؛ وهذه الوظائف هى:

١ - المعرفـــــة

٢ - الاقتناع (تكوين الاتجاه وتغييره).

٣- القرار (التبنى أو الرفض)

٤ - تأكيد القرار.

أما القول بأن الاتصال الذى خلق الإدراك والمعرفة في تنظيم الأسرة يؤدى تلقائيا إلى الاقتناع والتبنى، فهو قول لا يستند إلى دليل صحيح.

هذا ويمكن أن نستنتج من بيانات مسح قمنا به ما يأتى:

١ - إن قنوات وسائل الإعلام أهم نسبيا فى وظيفة المعرفة، ونشر المعلومات عن الابتكار، وأن قنوات الاتصال المباشر (الاتصال الشفهى) أهم نسبيا فى وظيفة الإقتناع، فى عملية اتخاذ القرار بشأن الفكرة المستحدثة.

٢ - إن التأثير الشخصى له دور حاسم فى التغيير قد يكون أكبر مما تستطيع وسائل الإعلام القيام به. ومع ذلك فقد أثبتت وسائل الإعلام فاعليتها فى تغذية المناقشات بالمعلومات وبخلق الإدراك وتوضيح القضية.

٣ - للإتصال المباشر وخاصة من الأنداد المتجانسين كالأصدقاء والأهل تأثير قوى على أفراد العينة فى إقناعهم بالفكرة المستحدثة.

٤- إن قبول الابتكارات والأفكار المستحدثة متصل بمعرفة القراءة والكتابة وبالحالة الاجتماعية (المهنة).

٥- إن تبنى الابتكار أو الفكرة المستحدثة متصل بالمهنة وبمعرفة القراءة وبالكتابة وبالتعرض لوسائل الإعلام.

٦ - إن عدد الأولاد (الأطفال) لدى الفرد يتحدد بعناصر (خصائص) معينة مثل معرفة القراءة والكتابة والحالة الاجتماعية.

٧ - إن أغلبية أفراد عينة الدراسة فى قها لا يناقشون موضوع تنظيم الأسرة علنا حيث أنهم يعتبرونه موضوعا محظورا. ولا شك أن فهم كل من المصدر والمستقبل للموضوع يحدد ما إذا كانت الرسالة المعنية هى رسالة محظورة أم لا. والرسائل المحظورة هى تلك الرسائل التى ينظر إليها على اعتبار أنها مسائل غاية فى الخصوصية والشخصية.

الفصل الثانى عشر

وسائل الأعلام فى ممارستها لدور المعلم

تمكن وسائل الإعلام الفرد من رؤية نفسه فى إطار الوحدة الوطنية والعلاقات المتبادلة على اتساع العالم. ويرى كاسيرر Cassirer أن وسائل الإعلام تخلق المناخ الذى يمكن من خلاله تبنى الممارسات التكنولوجية الجديدة والاتجاهات المستحدثة. كذلك فإنها تمكن المواطن من القيام بدوره فى وطنه. ولكن هذا الإدراك الذى يتم بواسطة الإعلام Awareness through information قد يبدو إدراكاً غير كاف طالما أن الفرد غير مؤهل تعليميا لفهم المهارات والمعرفة الجديدة (١).

ويعتقد شرام أن وسائل الإعلام تساعد فعليا فى كل أنواع التعليم والتدريب، وقد أثبتت فاعليتها فى ظروف متعددة سواء أكان ذلك داخل المدارس أو خارجها، كما أثبتت أيضاً قدراتها على استكمال العمل المدرسى. ويضيف إلى ذلك بالقول بأنه أينما يندر المدرسون والمدارس فإن وسائل الإعلام تبرهن على قدرتها فى القيام بجزء كبير من العمل التعليمى بنفسها. كما أثبتت أنها تعاون كثيرا فى تعليم الكبار وفى التدريب على معرفة القراءة والكتابة. علاوة على ذلك فإنها تعاون إلى حد كبير فى التدريب على الصناعة والخدمات الفنية (٢).

وهذه الحقائق هامة لأننا نعرف مدى ندرة المدرسين والمدارس من ناحية، وأن معظم المدرسين العاملين مدربون على طرق التعليم التقليدية وليس على الطرق الحديثة من ناحية أخرى. كما أنه من ناحية ثالثة فإن المهارات الفنية غير كافية.

---

(1) Henry Cassirer, "Radio and Television in the Service of Information and Education in Developing Countries", Paper Presented for World Radio Hand book, 1963.

(2) Schramm, 1964, op. cit., p. 141.

وفى الناحية الأخرى فإننا نجد أن هناك عدد ضخم وهائل من الأميين الكبار فى العالم [1] وأن كل المناطق النامية تحتاج احتياجات ضخمة لتعلم المهارات والممارسات الزراعية الجديدة.

وكما ذكرنا من قبل فإن وسائل الإعلام هى وسائل فعالة - ولاشك - فى ممارستها لدور المعلم. ومن المؤكد أن الكتب المدرسية قد أثبتت قدرتها فى هذا المجال منذ زمن بعيد. وكذلك أثبت الراديو والتليفزيون قدرتهما المعاونة فى تعليم الكبار وفى فصول الدراسة. والدليل على ذلك ما نراه حاليا من قدرتها الفائقة باستخدام الأساليب الحديثة. وعلى سبيل المثال، أجرى شرام فى بعض الدول النامية مقارنة تجريبية بين فصول يتم التعليم فيها بواسطة التليفزيون بصفة أساسية وفصول يتم التعليم فيها بالطرق المدرسية التقليدية. وكانت النتيجة أنه فى ٦٥٪ من جميع الحالات التى تمت فيها المقارنة لم يكن هناك فرق بين مجموعتى الفصول بالنسبة للنتيجة النهائية للتلاميذ. وفى ٢١٪ من الحالات أدى تلاميذ فصول التليفزيون الامتحان بشكل أفضل جدا من تلاميذ فصول الطرق التقليدية. وفى ١٤٪ فقط كانت الفصول التقليدية أفضل من الأخرى.

ومن ناحية أخرى فإن التقارير الأولية عن التعليم المبرمج تعتبر أيضاً تقارير مشجعة جداً. وفى معظم الحالات تبين أن البرامج الإعلامية تمكنت من الإسهام بفاعلية المدرسة [2].

ولقد سبق أن أشرنا أيضا إلى أن وسائل الإعلام قادرة على اداء وظيفة الإعلام ونقل المعلومات بدون مساعدة، ويمكن القول، استنادا إلى ما تقدم وإلى دراستنا فى قرية قها كما سيأتى، أنها تستطيع أيضا أن تساعد المعلم. وذلك على الرغم من اختلاف عملية التعليم عن عملية نقل المعومات. فالتدريب والتعليم عمليتان

---

(1) Ibid.

(2) Wilbur Schramm. "What we Know about Learning from Instructional Television' in **Educational Television: The Next Ten Years** Stanfora, Calif: Institute for Communication Research, 1962, pp. 5 - 76.

أكبر مر مجرد نقل المعلومات. ذلك أنهما يتطلبان النمو الهادف، وتعلم المهارات، والبناء المنظم للمعرفة، والإعداد للعمل. وكل هذا يمكن إنجازه بأفضل صورة عندما يكون هناك اتصال مباشر مرتبط بالتعليم عن طريق البرامج الإعلامية، أي عندما يكون هناك مدرس يعمل مع التلميذ، وعندما تكون هناك مجموعة مناقشة تساعد على اختيار نوع الأساليب الفنية الجديدة والعادات التى سيستوعبها المجتمع لتصبح جزءا من حياته اليومية، أو على الأقل عندما يكون هناك موجه لينسق بين بعض الدراسات ويعطى المساعدات اللازمة للتلميذ عندما يحتاج إليها.

وفى التدريب على معرفة القراءة والكتابة عن طريق الراديو، يكون التلاميذ في حاجة إلى المدرس أو الموجه بعد انتهاء الإذاعة التعليمية:

وفى تعليم الكبار فى المجتمع أسهمت المناقشات الجماعية وهيئات التدريس بصورة كبيرة فى فاعلية الراديو. وفى بعض الأحيان تظهر الحاجة إلى «الإتصال ذو الإتجاهين» فى هذه العملية. والإتصال ذو الاتجاهين يعنى هنا وجود المدرس أو الموجه ليوجه، أو ليحدث التفاعل، أو ليرد على الاستفسارات، أو ليناقش.

هذا والجمع بين التعليم باستخدام وسائل الإعلام، والتعليم المباشر- الذى يتم بواسطة المعلم الخبير فى وسائل الإعلام، ثم التفاعل ذو الاتجاهين بين المدرس والتلاميذ- قد أثبت قوة غير عادية فى العمليات التعليمية.

وإذا نظرنا إلى مصر نجد أن الإنسان المصرى له - كما أشرنا فيما تقدم - خصائص أو مواصفات وطباع معينة تجعله متميزا عن غيره فى بلاد أخرى. يضاف إلى ذلك بأن ثقافته وأصالته تنحدر منذ أكثر من خمسة الاف سنة حيث كان معلم وصانع حضارة عجز العالم كله عن تفسيرها، ولا يزال. فإذا أضفنا إلى ثرائه الحضارى منذ آلاف السنين مثابرته وقوة تحمله ومهارته أمكن أن نبلور إلى حد كبير تكوين ذلك الإنسان [1].

---

(١) يوسف السباعي، ١٩٧٨، المرجع السابق ص ٣٨، ٣٩.

وإذا استطعنا تعليم العامل المصرى ما فاته من تكنولوچيا العصر الحديث فى عنابر الإنتاج وفى أسواق البيع والشراء وفى بورصات تداول الأموال وفى كل الأنشطة المختلفة لاتضح لنا مدى قوة اليد العاملة المصرية المخزونة.

ولهذا فإن الدولة لم تهمل التعليم بل حاربت كل ما يعوقه. فللقضاء على الأمية ولرفع مستوى التعليم نجد أن التعليم المدرسى والجامعى بالمجان فى جميع مراحلهما. وهو يبدأ بمرحلة إلزامية وينتهى بتعليم جامعى يوزع فيه الطلبة على الدراسات المختلفة حسب مجموع الدرجات التى حصلوا عليها وليس حسب رغباتهم. كذلك نجد أن هناك توسعا أفقيا فى التعليم العالى بانشاء تخصصات ودراسات جديدة وإنشاء جامعات جديدة فى معظم محافظات مصر.

ورغم ما تم فى مجال التعليم الإلزامى للقضاء على الأمية نجد أن نسبتها فى بعض المحافظات – لا زالت مرتفعة بدرجة قد لا تتناسب مع ما قامت به الدولة فى هذا الصدد. ذلك أنه تبين من الإحصائيات الرسمية لوزارة التعليم أن حوالى ٢٣٪ من الأطفال لا يدخلون المدارس. وتحاول الحكومة أن تستخدم أسلوب الاجبار فى التعليم بأن تضغط على أولياء الأمور لادخال أولادهم المدارس، كما تجرى اتفاقات أحيانا بين بعض المجالس المحلية وبين الأهالى لفرض عقوبات على من يخالف ذلك كما يفرض الحظر على تشغيل الأطفال بالمصانع والمزارع فى القطاعين العام والخاص [١].

وعلى العكس من ذلك نجد إحصائيات الوزارة تقول أن المدارس الثانوية فى محافظة واحدة لم تستوعب حوالى ١٢ ألف طالب. إذن كيف نجبر أولياء الأمور على إدخال أولادهم المدارس الإبتدائية فى مرحلة قد تكون فيها مدارس بلا تلاميذ فإذا مافعلوا وجدوا أن أولادهم أصبحوا خارج المدارس؟

ويزداد هذا التناقض إتساعا إذا ما انتهى الطالب من التعليم الجامعى حيث يقابل الحياة العملية بمرتب ضئيل وعمل أضال [٢].

---

(١) يوسف السباعى، المرجع السابق ص٦٢ . ٦٣.

(٢) يوسف السباعى المرجع السابق ص ٦٤.

وإذا انتقلنا إلى مجال التدريب المهنى والفنى نجد أن الدولة قد وفرت فى كل وحدة من وحدات القطاع العام ، تقريبا إدارة رئيسية للتدريب تتولى مهمة تدريب العاملين الإداريين والفنين ، على الإساليب الحديثة فى الإدارة والأنتاج . وعلاوة على ذلك فإنه فى بعض الوحدات تفتح فصول لمحو أمية العاملين . يضاف الى هذا بإن الدولة أنشأت الجهاز المركزى للتدريب لتكون مهمته الأسياسية تدريب العاملين فى شتى المجالات والمستويات .

ومن الجدير بالذكر أن نبين هنا تجربة تمت فى محافظة البحيرة منذ فترة . فقد تم إنشاء مركز للتدريب الحرفى أو ما يمكن أن يسمى بالمدرسة البيئية أو المدرسة الإبتدائية (١) . ويضم المركز (أو المدرسة) عدة اقسام لتعليم حرف متعددة وقد أدخل فى هذا المركز صبية وصبيات المحافظة وأصبح كل صبى ، وصبية ، يتقاضى أجرا لقاء ما يقوم بإنتاجه مما إدى إلى زيادة التعليم الحرفى من ناحية وزيادة الانتاج وخفض تكلفته وأسعار بيعه من ناحيه أخرى علاوة على حصول الصبية على أجور فى متناول أيديهم ، ممأدى إلى زيادة الأقبال على هذا النوع من التعليم الحرفى .

هذا وغير خاف أن وسائل الإعلام تلعب أدوار هامة فى مجال محو الأمية وفى مجال رفع مستوى التعليم فالإذاعة تقدم برامج محو الأمية كما تعد برامج دراسية لتلاميذ المراحل الإبتدائية والإعدادية والثانوية . وبالمثل هناك برامج يعرضها التليفزيون لمحو الأمية وبرامج يعرضها لتلاميذ المراحل الدراسية المختلفة بالإبتدائى والإعدادى والثانوية .

أى أن وسائل الإعلام تعتبر ذات عون كبير فى مجالات متعددة من الدراسة وتعليم الكبار ، والتدريب على المهارات . وفى حالة ندرة المدرسين والمدربين والموجهين تستطيع وسائل الإعلام القيام بجزء إكبر نسبيا فى العملية التعليمية . وبمجرد أن

---

(١) يوسف السباعى المرجع السابق ص ٦٨ .

يتم تعليم المهارات الأسياسية فإن وسائل الإعلام تستطيع تقديم فرص إضافية للتعلم . وعلى سبيل المثال ، بمجرد تعليم الخطوة الأسياسية فى الزراعة الحديثة يستطيع الراديو والمواد المطبوعة أن يقدمان سيلا من المعلومات الخاصة بالفلاحة العملية .

دور وسائل الاعلام فى محو الأمية

تقديم :

نتناول هنا درو التليفزيون فى إيطاليا ومصر ودور وسائل أخرى فى بعض البلاد .

هذا وفى دراستنا على قرية قها قمنا بأختبار أثر وسائل الأعلام فى تعليم المهارت الضرورية واخترنا حملة محوالأمية ، على سبيل المثال ، لإجراء هذا الاختبار، فالأمية – كما أشرنا – هى واحدة من المعوقات الرئيسية فى طريق التنمية فى مصر .

وقد سبق أن قدمت الشعبة الفرنسية القومية لليونسكو الافترض العام التالى: يجب النظر الى معرفة القراءة والكتابة فى البلاد النامية على أنها مسألة عملية . أى أن ننظر اليها على أنها وسيلة تؤدى لغاية . أنها وسيلة لخلق مواطنين أكثر نفعا وأكثر أنتاجا ، ولزيادة سرعة التنمية القومية . وعلى ذلك ينبغى أن يرتبط مضمونها باحتياجات المجتمع وخطة التنمية . وأن يتم التاكيد على أن تعلم القراءة عمل نافع من وجهة نظر المجتمع والفرد وأن عائدها سيكون فى الوظائف والمراكز التى يحصل عليها المتعلم فى المجتمع ، ومن هنا تنبع الحوافز على تعلم القراءة والكتابة . كما ينبغى أن تكون مواد القراءة التى يحصل عليها المتعلم بعد التدريب متصلة ، بطريقة عملية ، بمشاكل الحياة والفرص المتاحة فى المجتمع بحيث لا يرى من يتعلم حديثا أن تعليمه لم يكن يستحق كل هذا الجهد الذى بذله مما قد يؤدى إلى أن يتخلى كلية عن التعليم (١) .

---

(1) George Foster Traditional Cultures and The Impact of The Technological Change, New York: Harper and Row 1962 pp. 138 -139

ولقد حاولت معظم الدول النامية أن تستكمل جهودها المدرسية فى تعليم القراءة والكتابة بجهود خارج المدرسة تعتمد على التليفزيون أوالراديو أو الأفلام . هذا لايعرف بالضبط عدد الدول التى تعلم القرادة والكتابة بواسطة التليفزيون إلا أنه يمكن القول أن إيطاليا والبرازيل والمكسيك ومصر وجواتيمالا وساحل العاج والولايات المتحدة الأمريكية وكينيا من ضمن هذه الدول(١) .

والطريقة المتبعة فى فصول تعليم القراءة والكتابة باستخدام وسائل الأعلام هى أن يتم تكليف مدرس ، أو على الأقل مشرف متطوع ، فى الأماكن التى تخصص للدارسين لتعلم أو لمشاهدة برامج تعليم القراءة والكتابة . ووجود المدرس أو المشرف مهم جدا فى حالة التعليم بالراديو الذى يقدم الصوت ولا يقدم الصورة والصوت فى وقت واحد كالتليفزيون . وهذا المدرس يحتاج إلى قليل من التدريب حيث أن المدرس الخبير المتحدث فى الراديو أو الذى يظهر فى الفليم يقوم بمعظم العمل .

ايطاليا والتعليم بالتليفزيون :

من المعلوم أن التليفزيون أداة مشوقة فى تعليم القراءة والكتابة لأنه يعرض الصورة والصوت معاً ولأنه أداة حديثة نسياذات جاذبية خاصة .

هذا وقد أجرى فى ايطاليا إختبار هام لمعرفة دور التليفزيون كأداة لتعليم القراءة والكتابة (٢) . ومن الجدير بالذكر أنه حتى عام ١٩٦٠ كان عدد الأميين فى ايطاليا حوالى ٢ مليون أمى ، تركز معظمها فى الجزء الجنوبى والريفى منها . يضاف إلى هذا بإن الأميين كانوا ، بدرجة كبيرة ، ضد تعليم القراءة والكتابة . وقد

---

(1) UNESCO Experts Meeting on Method and Techniques in Communication Paris, 1962.

(2) Evelina Tarioni, "A P rogramme on the Struggle Against Illiteracy " **Television and Adult Education, 6, 1962, pp. 3- 8.**
Maria Grazia Puglisi , "The Contribution of Italian Television to The Campaign to Eradicate Illiteracy through T.V broadcast, It is Never too Late " Paper Presented to UNESCO Meeting on Experst on New Methods and Techniques in Education, Paris, 1962

قام التليفزيون الأيطالى ووزارة التعليم بتوحيد جهودهما وإمكانياتهما لحل هذه المشكلة . وابتدعا برنامجا تليفزيونيا مستمرا أسمياه « لم يمض الوقت بعد » وقد تم تصميم هذا البرنامج بمهارة كبيرة حتى لايربك ولا يزعج المشاهدين الجارى تعليمهم، وأعد البرنامج على أساس عدم ظهور مكتب المدرس ولا حجرة الدرس على الشاشة ، يضاف إلى ذلك بأن اختيار المدرس تم على أسس معينة كأن يكون ودودا وأنسانا عاديا وألا تبدو عليه سمات العلماء أو كبار المفكرين كذلك روعى عدم المساس بكبرياء الدراسين ، أى عدم الاستخفاف بهم وعدم معاملتهم كتلاميذ صغار ، كما تضمن البرنامج قدرا من المرح والمعلومات المفيدة بالأضافة إلى موضوعات تعليم مهارات القراءة . وقد أمكن تحقيق ذلك كله من خلال مواد للقراءة أعدت خصيصا للبرنامج وتبعتها مقررات إضافية يلتحق بها الراغبون من الدارسين . ولقد وجد مسئولون الأيطاليون أنه من المفيد وجود مدرس فى كل مكان يجتمع فيه الفصل الدراسى لكى يقوم بتدريب الدراسين ويستكمل تدريس التليفزيون ويرد على الأسئلة

وبعد ذلك اتجهت التجربة الأيطالية لتعليم القراءة والكتابة باستخدام التليفزيون للكبار ذوى الميول المقاومة للتجربة . وكانت النتيجة أن كل الكبار تقريبا الذين تابعوا البرنامج فى مواقع المشاهدة تمكنوا من تعلم القراءة والكتابة . وكانت نتائج تعليم البعض منهم أفضل بلا شك من نتائج تعليم البعض الأخر . وقد كان من الصعب جمع بيانات مضبوطة تماما عن تقدم الدراسين الذين شاهدوا البرنامج فى بيوتهم ، إلا أن تقارير كثيرة أكدت أن بعض هؤلاء افتقدوا كثيراً معاونة المدرس المحلى فى تصحيح تدريبات الدارسين .

هذا وقد ذكر وزير التعليم العام أن التجربة كانت اقتصادية للغاية . وبلغ عدد المواقع المنتظمة للمشاهدة أربعة آلاف موقع ، وعدد المشاهدين خمسمائة وثلاثة وستين ألف مشاهد تقريبا ، أى ما يوازى أكثر من ربع إجمالى الأميين فى إيطاليا . وقد تجمع كل هؤلاء الدارسين المشاهدين فى وقت واحد ليتعلموا على يد خبير واحد (١) .

(1) Puglisi, 1962 op. cit.

مصر والتعليم بالتليفزيون :

أما فى مصر ، فانه يمكن القول أن استخدام التليفزيون فى حملة محو الأمية هو آخر تطور للاستخدام المفيد لوسائل الإعلام (١) . وقد تم تنفيذ حملة محو الأمية على مراحل . كانت المراحلة الأولى فى الفترة بين عامى ١٩٦٣ - ١٩٦٤ حيث استمرت الحملة ثمانية شهور ، وتضمنت ٩٥ فصلا ، وتم تنفيذها فى خمس مناطق تعليمية فى القاهرة والجيزة ، أقيم فيها ٧٤ نادى للمشاهدة التحق بها ٢٨٦٥ دارسا، موزعون على النحو التالى :

(أ) ٣٧ فصل تجريبى باستخدام التليفزيون بها ١٦٩١ دارسا.

(ب) ٣٧ فصل عادى بدون استخدام التليفزيون بها ١١٧٤ دارسا .

وقد عقد أختبارين للدارسين ، أحدهما فى أبريل ١٩٦٤ والثانى فى يونيه ١٩٦٤ حضر الامتحان ٨٢٥ (٤٨٪) من الدارسين فى فصول التليفزيون ، بينما حضر الامتحان الاخر ٤٥٠ (٣٨٪) من الدارسين فى الفصول العادية .

وكانت نتيجة الإختبارين على النحو التالى :

(أ) نجح ٩٩٪ من دراسى نوادى (فصول) مشاهدة التليفزيون التى أشرف عليها مدرسون مؤهلون .

(ب) نجح ٥ ,٩٥٪ من دارسى (فصول) مشاهدة التليفزيون التى أشرف عليها مدرسون غير موهلين .

(جـ) نجح٧ , ٩٦ ٪ من دارسى نوادى المشاهدة الكبيرة .

(د) نجح ٩٨٪ من ا لدارسين فى كل نوادى المشاهدة .

(هـ) نجح ٩٦٪ من دارسى الفصول العادية (٢) .

---

(١) إتحاد إذاعات الدول العربية ، دراسات وبحوث إذاعية - الراديو والتليفزيون فى مجال محو الأمية ، رقم ٩ ، القاهرة ١٩٧١ .

(٢) إتحاد إذاعات الدول العربية ، ١٩٧١ ، المصدر السابق ص ٨٣ ، ٩٣ .

وهذه النتائج تشير إلى عدم وجود فرق محسوس بين نتيجة عمل المدرسين المؤهلين وغير المؤهلين فى الأشراف على نوادى مشاهدة التليفزيون . كما أن نتائج النجاح فى الفصول العادية أفضل بدرجة بسيطة جداً من نتائج نوادى مشاهدة التليفزيون (بمدرسين غير مؤهلين) وأن نتائج باقى النوادى أفضل من الفصول ، مما يتبين معه أن التليفزيون له أهمية كبرى فى عمليةالتعليم .

وتم تنفيذ المرحلة الثانية فى عام ٦٤ - ١٩٦٥ واختيرت المناطق الريفية فى محافظات القاهرة والجيزة والقليوبية والمنوفية . وأعد ١٣٠ فصلا لهذه التجربة منها سبعون فصلا تستخدم التليفزيون ، ٦٠ فصلا تستخدم فيها الطرق التقليدية للتدريس .

وقد تبين أن التليفزيون قد استطاع تنظيم الحضور ، إلا أن الفصول التى لم يستخدم فيها التليفزيون حققت نتائج أفضل على عكس ما كان متوقعا . وكل ما يمكن قوله إزاء ذلك أن المدرسين ربما كانوا غير قادرين على الانتفاع بهذه الوسيلة التعليمية الجديدة .

وقامت إدارة التليفزيون بالمرحلة الثالثة فى عام ٦٨ - ١٩٦٩ ، وكانت الخطوة الأولى تحديد مراكز المشاهدة فى ١٨ محافظة ، وقد بلغت ٣٨٠ مركز . كما اختير ٣٨٠ مشرفا وتم إعطائهم برنامجا تدريبيا خاصا . كذلك تم إعداد مراكز أخرى للمشاهدة ، دون أن يعين فيها مشرفين . وقد بلغ عددالدارسين فى مراكز المشاهدة التى عين بها مشرفين ١٠٥٠٠ دارس ، يضاف إلى ذلك المشاهدين من المنازل الذين أمكن حصرهم . وطبقا لتقارير التليفزيون نجد أن حوالى أربعمائة مشاهد من المنازل كانوا على اتصال مستمر بادارة محو الأمية بالتليفزيون ، وقد أرسلت لهم أوراق الإمتحانات .

وكانت الدروس تذاع ثلاث مرات أسبوعيا ، أيام السبت والأثنين والأربعاء فى الساعة السابعة مساء . وكانت مدة البرنامج ٣٠ دقيقة . وكان من الضرورى جمع الدارسين قبل بدء كل برنامج بمدة نصف ساعة ، حتى تتاح الفرصة للمشرف على

مركز المشاهدة أن يهيء المناخ للدرس . وبعد أنتهاء البرنامج كانت المناقشات تدور لمدة نصف ساعة .

وقد اعد التليفزيون تقريراً يتضمن توصياته فى هذا الصدد وهى على النحو التالى :

١ - الاستمرار فى استخدم التليفزيون فى حملة محو الأمية .

٢ - إنشاء إدارة ثابتة (دائمة) تستطيع تنسيق العمل .

٣ - أعداد المادة التعليمية الضرورية التى تناسب طبيعة التليفزيون .

كذلك أعطى التقرير توصياته للمستقبل بأنه يجب أن تمتد حملة محو الأمية لتشمل عدد أكبر من المحافظات ، مع ضرورة أخذ المشاهدين غير المسجلين فى الاعتبار ، وتطوير مادة البرنامج ، وإيجاد نظام لمتابعة الدارسين بعد تخرجهم .

هذا يمكننا القول أن كل برامج تعليم الكبار ، وخاصة تلك التى تستخدم وسائل الإعلام كالتليفزيون أو الراديو ، قد اعتمدت كثيرا على مواد معينة (خاصة) سهلة للإستخدام بعد الفصل الدراسى ، وبدون هذه المواد فإن الدارس قد ينسى المهارة التى اكتسبها حديثا . وأكثر من ذلك ، إذا كانت هذه المواد مخططة جيدا فإنها تستطيع أن تنشر قدرا كبير من المعلومات المفيدة فى مجالات الزراعة والصحة، وإصلاح البيئة ، والتربية الوطنية ، والتاريخ القومى وغيرها من الموضوعات التى لها أولوية فى التنمية القومية .

وسائل اعلامية أخرى في محو الأمية :

وقد تناولت بلاد مختلفة هذه المواد التعليمية بطرق مختلفة . إذ نشرت بورتوريكو ، على سبيل المثال ، أربعة كتب وعدة كتيبات وأربعة أعداد من الملصقات، التى بلغت حوالى ثمانية أو عشرة ملصقات ، كلها سهلة القراءة ومتصلة ببرنامج التنمية .

وفى ليبريا تصدر مجلة شهرية مصورة اسمها اليوم الجديد تباع بثلاثة سنتات ومادتها مكونة من ١٢٠٠ كلمة من الكلمات التى يتضمنها برنامج محو الأمية .

وفى شمال نيجريا ، تم إصدار مجموعة من الصحف المصغرة ، يعادل حجم كل ثمان صفحات منها حجم صفحة من جريدة مصرية ، ليستخدمها الذين تعلموا القراءوالكتابة حديثاً .

وفى لشناو Luchnow بالهند تزود مكتبات القرى بمعاجم بسيطة، كما يتم نشر الكتب المناسبة للذين تعلموا القراءة والكتابة حديثاً، وتصدر مجلات عائلية نصف شهرية سهلة القراءة.

وفى بعض الدول تصدر صحف خاصة أسبوعية أو نصف شهرية تقدم الأخبار فى شكل سهل القراءة ، وبالتالى فإن هذه الصحف تبنى لدى قرائها عادة قراءة الأخبار والإهتمام بها . وفى دول أخرى يضاف إلى الصحف القائمة عمودا أو أكثر يتضمن مواد كتبت خصيصا لمن تعلموا القراءة والكتابة حديثا (١).

هذه الطرق وغيرها كافية لنشر المواد التعليمية . ولكن المشكلة هى إعداد المادة التى يعتبرها الكبار مفيدة ومثيرة للإهتمام والتى يسهل قراءتها ، وحتى دون كتابتها .

وعلى ذلك فإن وظيفة وسائل الإعلام هى وظيفة هامة فى المراحل الثلاث لعملية تعليم ا لقراءة الكتابة . فهى تعاون فى بناء الإهتمام والحافز على تعلم القراءة وعندما يذهب الدارس إلى الفصل تستطيع وسائل الإعلام أن تلعب دورا مساعد أو أساسيا - كما كان للتليفزيون فى تجربة إيطاليا . وعندما يحصل الدارس على مهارة كافية ليقرأ قليلا بنفسه ، فإنه يجب أن نمده بواسطة وسائل الإعلام بمادة سهلة تصل الفجوة مابين التعلم فى الفصل والقراءة الطبيعية للبالغ (٢) .

---

(1) Schramm, 1946, op. cit., p. 163.
(2)Ibid .

وفى ضوء الدراسات التى أجريت نعرض الفرض العام التالى :

تستطيع وسائل الإعلام أن تلعب دورا مساعدا أو دورا رئيسيا فى حملة محو الأمية تبعا لمتطلبات الفرد .

وتم تحليل بيانات مسح قرية قها للتحقق من هذا الفرض.

مصادر المعرفة فى برنامج محو الأمية

كما هو معلوم فإن الأمية تعتبر واحدة من العقبات الرئيسية فى طريق التنمية فى مصر وقد بلغت نسبتها ٦٩,٧٪ لمن يزيد عمرهم على عشر سنوات طبقاً لإحصائية فى ١٩٧٠ (١) .

ومن المقرر أن وسائل الأعلام تلعب دورا هاما فى كل مرحلة من مراحل حملة محو الأمية فى الدعاية للفكرة ، وفى تعليم القراءة والكتابة وفى تعليم الثقافة العامة وفى متابعة الحملة .

ولقد سألنا أفراد العنية فى قها إذا كانوا قد سمعوا بحملة محو الأمية . فالخطوة الأولى هى استطلاع مدى نشر المعرفة بوجود برنامج لمحو الأمية وبالطبع فقد اختير الأميين للإجابة على هذ القسم من الاستبيان ، والذين يقرأون فقط والذين يقرأون ويكتبون لكنهم مازالوا يحضرون فصول محو الأمية أو البرامج الإعلامية لمحو الأمية .

---

(1)Unesco Demographic Statistics, 1971, op. cit.

الجدول رقم (٥٠)

مصادر الادراك لبرامج محو الأمية

المصدر	العـــدد	النسبة المئوية
١- سمعت عن طريق الراديو	٨٨	٥٤,٧٪
٢- سمعت عن طريق التليفزيون	٢٥	١٥,٥٪
٣- سمعت عن طريق الأقارب	٩	٥,٦٪
٤- سمعت عن طريق الأصدقاء	١٩	١١,٨٪
٥- سمعت عن طريق مصدر آخر	٢	١,٢٪
٦- لم اسمع عنها	١٨	١١,٢٪
الإجمالى(*)	١٦١	١٠٠٪

ويتضح من الجدول رقم ٥٠ أن ٧٠,٢٪ من أفراد العينة يدركون عن طريق وسائل الأعلام وجود برامج محو الأمية . كما تبين أن الراديو هو أعلى مصدرجاءت منه تلك المعرفة (٥٤,٧٪) ، وتبعه التليفزيون (١٥,٥٪) . هذا ولم تزيد نسبة من أدركوا وجود البرامج عن طريق الاتصال المباشر عن ١٧,٤٪ . وهناك قلة ذكرت مصدر آخر وهو العمل . أما الذين لم يسعوا بوجود برامج أو فصول لمحو الأمية فهم يمثلون ١١,٢٪ من أفراد العينة .

ويمكن أن نستنتج من ذلك أن وسائل الإعلام هى المصدر الرئيسى للمعلومات بخصوص الإدراك بوجود البرامج الإعلامية لمحو الأمية . وبالتالى نستطيع القول أن وسائل الإعلام هى وسائل فعالة فى الدعاية لفكرة حملة محو الأمية .

(*) اقتصر هذا الجدول على أفراد العينة الأميين والذين يقرأون فقط والذين يقرأون ويكتبون ، ولكنهم مستمرون فى تتبع البرامج الإعلامية لمحو الأمية .

ومع ذلك فإن هناك عدة عقبات تقف فى طريق حملة محو الأمية فى مصر . وفى تقرير لإتحاد الإذاعة والتليفزيون ذكرت المصاعب التى تواجه حملة محو الأمية كما ذكرت وسائل حلها ، وعلى النحو التالى (١) :

١- النقص فى عدد المدرسين المدربين ، إذ تعين الحملة مدرسى المدارس الإبتدائية فى برامج التدريب المكثف الذى يتم فى فترة بعد الظهر . ولكن يوجد نقص فى عدد المدرسين . وتحتاج الحملة إلى عشرات الآلاف منهم . وبإدخال التليفزيون يمكن حل هذه المشكلة . وذلك أن المدرس الذى يظهر بالتليفزيون عادة ما يكون عالى التدريب والتأهيل ، فى حين أن قادة مجموعات المشاهدة يمكن أن يكونوا من حملة المؤهلات المتوسطة فقط .

٢ - عدم الانتظام فى حضور الفصول ، فالفصل يبدأ ، عادة بعدد بين ٣٠ - ٤٠ دارس ، ثم يتناقص هذا العدد بالتدريج ليصل إلى عشرة دارسين . ولظاهرة عدم الانتظام عدة أسباب مثلا نجد أن جو حجرة الدرس ممل ، كذلك فإن طريقة معاملة الدارسين طريقة لايقبلها الكبار . وهنا يوضح التقرير للمرة الثانية أن التليفزيون قد يحل هذه المشكلة من خلال عرض الدروس فى صور متحركة .

٣ - إختلاف طبيعة الجمهور واختلاف ساعات عملهم وهو ما يجعل الأمر صعباً على الأميين . وطالما أن هؤلاء الكبار لا يستطيعون الذهاب إلى فصول محو الأمية فإن التليفزيون يستطيع أن يأتى اليهم .

٤ - تكلفة حملة محو الأمية ، تتضمن الحملة تكاليف المدرسين والفصول وغير ذلك وهنا أيضا يستطيع التليفزيون أن يحل هذه المشكلة لأن تكلفة العمل من خلاله تقل عن تكلفة الفصول التقليدية .

وفى ضوء المشاكل السابق الإشارة إليها ، سألنا أفراد العينة فيما إذا كانوا يتابعون برامج محو الأمية فى الراديو أو التليفزيون .

---

(١) الراديو والتليفزيون فى مجال محو الأمية ، ١٩٧١، المصدر السابق .

ويعطى الجدول رقم (٥١) نتائج هامة ، إذا بين أن ٣٩,١ ٪ من الأميين تابعوا برامج محو الأمية ، وشاهدها مجرد مشاهدة واستماع ١٧,٤ ٪ بينما لم يتابعها يشاهدها ٤٣,٥ ٪

ونظراً لارتفاع سعر التليفزيون فإن نسبة من يمتلكونه محدودة تماماً(٢٤, ٪) مما يؤدى ، مع أسباب أخرى ، إلى المشاهدة الجماعية ، سواء كانت عفوية كما يحدث فى المقاهى والميادين العامة حيث يحتشد الناس معاً ، أو كانت منظمة أى ترتبط ببرامج معنية موجهة لجمهور معين . هذا وتاتى حملة ضمن المشاهدة الجماعية المنظمة ، الأمر الذى يجعل تجميع الدارسين وتنظيم حضورهم مشكلة كبيرة .

كما أن تنوع رغبات المشاهدين يمثل مشكلة أخرى ، فإذا لم يتجمع المشاهدون لهدف محدد وهو مشاهدة برامج محو الأمية التى تجعل المشاهدة أشبه بفصل مدرسى ، فإن انعقاد الفصل يصبح أمرا صعباً حيث نجد أمام المنظمين رغبات مختلفة . يضاف إلى ذلك أن وجود أكثر من قناة تليفزيونية يعطى الفرصة للنزاع بين المشاهدين حول أى القناتين يشاهدون . وكل هذه الأمور توضح أنه ما لم تنظم حملة محو الأمية من خلال فصول - أو مشاهدة مخططة - سلفاً مع وجود قيادة وتوجيه ، فإن نجاح الحملة يصعب ضمانه .

ومن ناحية أخرى فإن محو الأمية من خلال الراديو له مشاكل أيضاً ، قد تختلف عن مشاكل التليفزيون . وهنا نجد نوعاً من التناقض . فبالرغم من أن نسبة ملكية الراديو فى قرية قها هى نسبة مرتفعة (٩٣,٦ ٪ جدول رقم ٦) كما هو الحال فى قرى أخرى ، إلا أن الراديو يذيع صوتاً ولا يعرض صورة مما يجعله أقل فاعلية. بنيما نجد أن تعليم القراءة والكتابة خبرة مرئية قبل كل شىء . ورغم ذلك فإنه يمكن للراديو أن يكون فعالا فى التعليم الوظيفى . أى أنه يمكن القول أن نشر المعلومات الهامة عن طريق الراديو قد يعلم الفلاح عدداً من المسائل فى مهنته عن المزروعات والحبوب والأسمدة وما شابه ذلك . ولكن كل هذه المعرفة المفيدة لاتعتبر محواً للأمية . وعلى ذلك فإن دور الراديو فى حملة محو الأمية قد تعتبر دوراً غير فعال .

الجدول رقم (٥١)

تتبع البرامج الأعلامية لمحو الأمية

المصدر	العــدد	النسبة المئوية
١- إتابعها قراءة وكتابة	٦٣	٣٩,١٪
٢-مجرد الاستماع والمشاهدة	٢٨	١٧,٤٪
٣- لا أتابعها	٧٠	٤٣,٥٪
الإجمالى(*)	١٦١	١٠٠٪

ولقد أعددنا الجدول رقم (٥٢) بطريقة مزدوجة حيث يبن مدى حضور البرامج الإعلامية لمحو الأمية مقارناً بالمهنة ويوضح الجدول أن ٧١,٧ ٪ من العمال الأميين (وما فى حكمهم) تتبعوا هذه البرامج بينما يشاهدها إليها فقط ٢٨,٣ ٪ ويتتبعها ١٨,٥ ٪ من الفلاحين الأميين ويشاهدها ١٠,٩ ٪ ، ولم يتتبعها ولم يشاهدها ٧٠,٦٪ منهم .

ويمكن أن نستنتج مما تقدم أن للعمال رغبة أكثر من الفلاحين فى تعليم أنفسهم . وقد يرجع السبب فى ذلك إلى أن نظم العمل فى المصانع المختلفة فى قها تنص أن يكون العمال على دراية بالقراءة والكتابة .

الجدول رقم (٥٢)

تتبع البرامج الاعلامية لمحو الامية مقارنا بالمهنة

التتبع / المهنة	لاأتابعها	مجرد استماع أو مشاهدة	أتابعها قراءة وكتابة	إجمالى
فلاحون	٦٥(٧٠,٦٪)	١٠(١٠,٩٪)	١٧(١٨,٥٪)	٩٢(١٠٠٪)
عمال	—	١٣(٢٨,٣٪)	٣٣(٧١,٧٪)	٤٦(١٠٠٪)
أخرون	٥(٢١,٧٪)	٥(٢١,٧٪)	١٣(٥٦,٦٪)	٢٣(١٠٠٪)
إجمالى	٧٠(٤٣,٥٪)	٢٨(١٧,٤٪)	٦٣(٣٩,١٪)	١٦١(١٠٠٪)

وقد اتضح من مناقشاتنا لأفراد العنية أن نسبة الذين تتبعوا البرامج الأعلامية لمحو الأمية أكبر من نسبة الذين حضروا فصول محو الأمية . ويدل ذلك على أهمية دور وسائل الإعلام فى محو الأمية . وأدت أسباب متعددة لهذه النتيجة ، ولعل من أهمها كما قال أحد أفراد العينة أن التعليم من وسائل الإعلام يعطيه الإحساس بأنه لا يذهب إلى المدرسة كالأطفال ، وإنما يذهب إلى نادى ليشاهد برنامجاً وأكد فرد آخر قيمة التعليم من خلال التليفزيون وقال أن السبب فى ذلك يعود إلى توفير الوقت ، وعندما سألناه أن يشرح فكرته أضاف بأنه ليس مطالباً بإضاعة الوقت فى الاستماع لبعض الأسئلة الساذجة التى يسألها غير القادرين على التتبع .

ولكن قد تكون هناك مسألة هامة جديرة بالحسبان وهى كفاءة المدرس إذ بينما يستطع التليفزيون أن يحصل على أحسن المدرسين المؤهلين للظهور على الشاشة الصغيرة ، فإنه قد يكون من الصعب إمداد فصول محو الأمية المنتشرة فى أماكن

(*) تم حساب النسبة المئوية لكل فئة على حدة لأهمية ذلك المقارنة .

متفرقة بالمدرسين الأكفاء . بل إنه فى بعض الأحيان نجد أن كثيراً من المدرسين غير مؤهلين قليلى التعليم ، أو شبه متعلمين يستعان بهم من قصور ، أو بيوت الثقافة، أو المراكز الاجتماعية أو مكاتب الإرشاد الزراعى .

هذا ولاختبار العلاقة بين حضور فصول محو الأمية وتتبع البرامج الإعلامية ، إستخدمنا إختبار كا٢ ، حيث كانت كا٢ المحسوبة تساوى ٥٣,٣٩٤ بينما كانت كا٢ الجدولة لدرجتين حرية وعند مستوى ٠,٠٥ تساوى ٥,٩٩١ مما يدل على وجود البرامج الإعلامية . وهو يشير أيضاً إلى أن من يحضرون فصول محو الأمية يتتبعون البرامج الإعلامية لمحو الأمية .

إذن يمكن القول أن وسائل الإعلام تلعب دوراً رئيسياً فى جزء من حملة محو الأمية وتلعب أيضاً دوراً مساعداً فى جزء آخر منها .

مصادر التأثير لتتبع البرامج الأعلامية لمحو الأمية

وفى دراستنا لمعرفة قوة الحافز أو درجة الحث « Motivation » لدى أفراد العنية المنتقاة فى قرية قها ظهرت بعض الحقائق المشوقة. فقد سألنا أفراد العنية الدافع الذى دفعهم ليتتبعوا أو ليشاهدوا البرامج الإعلامية لمحو الأمية .

وقد جاءت الإجابات بالجدول رقم (٥٣) الذى يوضح أن واحداً من أهم دوافع أفراد العنية فى ذلك هو « تحسين مركزى فى العمل » حيث ذكر هذا السبب ٥٠,٥٪ من أفراد العنية . ثم جاء فى الترتيب الثانى ٢٣,١٪ ذكروا أنهم أخذوا بنصحية الذين يتتبعون البرامج . وعندما سألنا أحدهم ماذا كانت هذه النصيحة قال « كانت النصيحة لتحسين عملى » وقال آخر : « لتعطينى فرصاً أكبر فى الحياة » وقد قال بقال كلام مثير للاهتمام :« لتجعلنى قادراً على أن أعمل حساباتى بنفسى وهكذا لا يخدعنى أحد » ثم تلى ذلك مصدر التأثير الذى جاء فى المركز الثالث والذى ذكره ١٦,٥٪ من أفراد العنية حيث قالوا نصيحة الأصدقاء كانت السبب (المصدر) لتتبعهم أو مشاهدتهم البرامج . وقد عبر أحدهم عن هذه النصيحة بأنه باتباعها يكون قادراً على التحول من العمل كفلاح إلى العمل كعامل فى المصنع .

الجدول رقم (٥٣)

مصادر التأثير في تتبع برامج محو الأمية .

المصدر	العدد	النسبة المئوية
١- رغبة شخصية	٩	٩,٩٪
٢- نصائح أصدقاء أو أقارب	١٥	١٦,٥٪
٣- تأثرت بالذين يحضرون الدروس	٢١	٢٣,١٪
٤- لتحسين مركزي في العمل	٤٦	٥٠,٥٪
الإجمالي	٩١ (*)	١٠٠٪

وكما سبق أن أوضحنا فإن نظم العمل في بعض مصانع قها تنص على ضرورة معرفة العمال القراءة والكتابة أو الالتحاق بفصول محو الأمية .

ويمكن لنا أن نستنتج أن إجابات أفراد العنية الموضحة بالجدول رقم (٥٣) تظهر مدي تطلعهم إلى تحسين وظائفهم أعمالهم ، ورفع مستواهم وحصولهم على مزايا متعددة نتيجة لذلك ، وأن هذه التطلعات تتأثر بطريقة مباشرة أو بطريقة غير مباشرة بمعرفتهم القراءة والكتابة .

ولاختبار العلاقة بين الدوافع وتتبع البرامج الإعلامية استخدمنا لذلك اختبار كا٢ لإيجاد العلاقة بين هذين العنصرين ، حيث كانت كا٢ المحسوبة تساوى ٤١,٢١٤ بينما كانت كا٢ المجدولة لدرجتين حرية وعند مستوى ٠,٠٥ تساوى ٥,٩٩١

(*) اقتصر هذا الجدول على أفراد العينة يتتبعون أو يشاهدون البرامج وعددهم ٩١ (انظر جدول (٥٤) .

مما يدل على وجود فرق معنوى بين من يتتبعون البرامج وبين من يقومون بمجرد مشاهدتها فى دوافعهم للتتبع أو للمشاهدة ، حيث أن من يتتبعون لديهم دوافع أقوى.

ويمكن القول مما تقدم أن بيانات درستنا قد أوضحت أن الدافع الرئيسى وراء تتبع برامج محوالأمية هو حاجة الفرد إلى تحسين مكانته . ولاتهم طريقة التعرض فيما إذا كان التعرض لفصول محو الأمية أو للبرامج الإعلامية . وترتيبا على ذلك فإنه يمكن القول أيضاً هذه البيانات تعكس ميول أفراد العنية إلى التقدم ، أى إلى التنمية .

إذن فإن هناك علاقة بين التعلم من وسائل الإعلام واحتياجات الأفراد .

وللتاكد من جدية أفراد العينة فى التعلم واستمرارهم فيه ، فقد سألناهم عن مدى انتظامهم فى حضور أو تتبع برامج محو الأمية .

ويوضح الجدول رقم (٥٤) أن ١ ,١٣٪ قد حضروا الفصول أو تتبعوا البرامج الإعلامية لمدة تزيد على السنة وأن ٣ , ٢٥٪ استمروا لمدة سنة . وأن ٨ , ٣٠٪ إستمروا لمدة أقل من سنة .

إذن يمكن القول أن هذه البيانات توضح أن تتبع البرامج الإعلامية أو حضور فصول محو الأمية ليس مجرد ظاهرة عابرة ولا هى حماس فى اهتماماتهم لايلبث أن يهدأ ولكنه تصميم بهدف مؤكد يؤيده أفراد العينة . كما تبين أيضاً مدى رغبة أفراد العينة فى التقدم والنمو ، كما أن لديهم نزعة إلى التجديد ، وهذه النزعة تعتبر إحدى المتغيرات المساعدة فى عملية التنمية .

وقد تبين لنا من بيانات المسح أن ٢٣ فرداً من أفراد العينة (٣ , ٢٥٪) استطاعوا القراءة ، وأن ثمانية أفراد (٨ , ٨٪) استطاعوا القراءة ،الكتابة ، وأن باقى أفراد العينة ما زالوا فى عملية التعلم .

ومن المقابلات والمناقشات مع أفراد العينة والأهالى فى القرية أمكن معرفة بعض البيانات مثل أن من بين إجمالى أفراد العينة فى هذا القسم ، سواء المشاهدين للبرامج الإعلامية لمحو الأمية أو الذين حضروا فصول الأمية ، حصل ٨,٨٪ منهم على علاوة فى أجورهم ، بينما لم يحصل الباقون على علاوة إما لأنهم ما زالوا يدرسون وإما لأنهم من غير العمال .

وقد قال أحد أفراد العينة ، فى حديث معه ، أنه سعيد لحصوله على زيادة فى أجره ، أضاف أن مثل هذه الزيادة لو أصبحت قاعدة عامة ، فإنها ستصبح حافزاً طيباً لكى يلتحق مزيد من الناس ببرنامج محو الأمية . وبالطبع فإن هذا الفرد لم يعرف أنه بهذه الإجابة البسيطة قد أيد وأكد أحد الشروط الضرورية لنجاح أية حملة للتنمية ، وهو ضرورة وجود مزيد من الحوافز والمكاسب المادية ، للمشتركين فيها .

الجدول رقم (٥٤)

مدة تعلم القراءة والكتابة

المدة	العدد	النسبة المئوية
* اقل من سنة دراسية	٢٨	٣٠,٨٪
* سنة دراسية واحدة	٢٣	٢٥,٣٪
* اكثر من سنة دراسية	١٢	١٣,١٪
* لا إجابة	٢٨	٣٠,٨٪
الإجمالى	٩١	١٠٠٪

والسؤال الذى يتردد الآن هو ماذا عن الذين لم يلتحقوا فى عمل أو فى وظيفة بعد ، كالفلاح مثلا ؛ ما هو نوع الحافز التى يمكن أن تدفعهم للالتحاق بفصول محو لأمية أو لتتبع البرامج الإعلامية لمحو الأمية ؟

فى الحقيقة أنه ينبغى على أى مسئول رسمى عن حملات التنمية أن يفكر فى هذه الأمور . وفى رأنيا أنه يمكن أن يأخذ هذا الحافز صورة إمتيازات يحصل عليها الفلاح من الجمعية التعاونية الزراعية ، أو فى شكل حوافز مالية ، أو هدية عينية كبقرة أو جاموسة تساعده فى عمله . وباختصار فإنه يجب إعطاء الفلاح تعويضاً مادياً معيناً نظير جهوده فى تعليم نفسه .

الخلاصة :

لقد أظهرت الدراسة الميدانية أن نسبة لابأس بها من الأميين لايتتبعون برامج محو الأمية (حوالى ٤٤٪ من المبحوثين وفقاً للجدول ٥١) . وذلك يرجع بطبيعة الحال إلى عدد من المعوقات التى تقف فى طريق حملة محو الأمية . والحقيقة أنه مالم تكن حملة محوالأمية منظمة من خلال فصول معدة سلفاً أو مشاهدة مع قيادة ٤٠٤وتوجيه ، فإن نجاحها يكون غير مضمون :

١ - أظهر المسح أن وسائل الإعلام تلعب دوراً رئيسياً فى جزء من حملة محو الأمية ، كما أنها أيضاً تلعب دوراً مساعداً في جزء آخر منها.

٢ - تبين أن هناك علاقة بين التعلم واحتياجات الفرد . كما أن الذين حضروا فصول محو الأمية أو تعرضوا للبرامج الإعلامية لمحوالأمية كانوا مدفوعين بحاجتهم إلى تحسين مكانتهم .

٣ - لاشك أن الحوافز ، مادية وعينية، ضرورية لنجاح حملة محوالأمية . وينبغى أن تنبع هذه الحوافز من حقيقة واضحة وهى أن تعلم القراءة الكتابة عمل طيب من وجهة نظر المجتمع والفرد ، وأن فوائدها ستعود على المتعلم فى الوظائف والمراكز التى سيحصل عليها فى المجتمع أو فى المزايا المالية والعينية الأخرى .

الخاتمة والتو صيات

الخاتمة

تعتبر التنمية هدفاً أسياسياً هاماً وحيوياً لكل دولة ، نامية كانت أو متقدمة ، حيث تسعى بكل إمكانياتها وطاقاتها إلى رفع معدلاتها وإلى إزالة كافة العقبات التى تعترض تحقيق ذلك الهدف ، كما يعتبر تزايد السكان والأمية مشكلتين هامتين من المشاكل الرئيسية التى تقابل الدول فى هذا السبيل . وتتفاقم هاتان المشكلتان فى الدول النامية وعلى الاخص فى المناطق الريفية منها .

ومصر تعانى من مشكلتى التضخم السكانى والأمية كمعظم الدول النامية، وتعتمد على أجهزتها فى استخدام كافة الوسائل والأساليب للقضاء على هاتين المشكلتين وتنفق فى ذلك أموالا طائلة . كما تركز اهتمامها على الريف والفلاحين والإنتاج الزراعى وكل ما يمس التجمعات السكانية المتخلفة نسيبا عن إقتصاديات مصر الحديثة بصفة خاصة والعالم المتقدم بصفة عامة.

وتعتبر الحملات الإعلامية التى تقوم بها الدولة لزيادة معدل التنمية وعلاج المشاكل التى تقابل تحقيقها هى إحدى الأساليب الهامة المستخدمة فى هذاالمجال .

ومن ثم فإن الاتصال يعتبر عاملاهاما فى عملية دفع عجلة التنمية إلى الأمام والتنمية كما يراها معظم الباحثين فى علم الاتصال – هى التغير إلى الأحسن وإن تحقيق مزيداً من التنمية يتطلب ضرورة الاتصال بالجماهير العريضة ومن هنا جاءت أهمية وسائل الأعلام وأهمية دراسة الدور ، سواء أكان رئيسيا أو مساعدا ، الذى يمكن أن تلعبه هذه الوسائل فى عملية التنمية . وتزداد هذه الأهمية إذا أخذنا فى الاعتبار دراستها على قرية مصرية تفتقر – فى بعض جوانبها إلى الأساليب العصرية وتعانى من بعض المشاكل التى تعوق حركة التنمية كالتضخم السكانى

والأمية . وعلى ذلك فان موضوع دراسة دور وسائل الإعلام فى التنمية الاجتماعية فى قرية مصرية أضحى موضوع الساعة لأنه كما بينا يمس مشاكل حيوية تعانى منها مصر وكثير من دول العالم – من أزمنه بعيدة . ولقد هدفنا من هذه الدراسة ، بجانب مالها من أهمية ، إلى توفير بيانات حقيقة عن تاثير الاعلام على مجتمع القرية – وهى قرية قها – وبيانات أيضاحية للمشاكل الواقعية التى تعيشها يوميا وتلك التى تعوق تحقيق أهدافنا القومية كالتزايد السكانى والأمية خاصة وأن الدراسات التى أجريت فى هذا المجال دراسات قليلة ، وأن الحكومة تنفق مبالغ طائلة على التنمية الريفية . وهدفنا أيضاً إيجاد الحلول المناسبة لتلك المشاكل . كما أن البيانات الفعلية المتاحة تساعد ، من ناحية أخرى ، الدارسين والباحثين فى موضوعنا على زيادة البحث والدراسة حتى تصل إلى تحقيق الرفاهية المنشودة .

وقد أخذنا قرية قها لإجراء الدراسة الميدانية ذلك أنها تتميزبسمات العصرية والسمات التقليدية فى أن واحد . فبينما تتوافر فيها الصناعات والزراعات والأنشطة التى تستخدم فيها الوسائل العصرية والتكنولوجيا المتقدمة وتتوفر فيها وسائل الاعلام الألكترونية والمطبوعة ، نجد على النقيض من ذلك بضع الأنشطة صناعية وزراعية وتجارية ، وغيرها – تستخدم فيها أساليب الانتاج البدائية . هذا التناقض فى الاساليب الإنتاجية المستخدمة فى كافة الأنشطة ، وما يترتب عليه من وجود تفاوت فى مستويات معيشة السكان فى قها ، أوجد لنا مجالا مناسبا للدراسة الميدانية قد لاتتوافر فى قرى – كثيرة – أخرى . فيمكن ، من ناحية ، مثلا التعرف على العادات وأساليب الإنتاج التقليدية وندرس تاثيرها على التنمية كما يمكن من ناحية أخرى أن نشبه قها بالقرية النموذجية التى تكلم عنها رايسمان فى تقديمه لكتاب ليرنر the pssing of traditional scciety والتى تصلح مجالا للدراسة الميدانية فى موضوعنا .

ويهم الإشارة كذلك إلى أننا فى دراستنا لأدوار وسائل الاعلام تعرضنا فقط لأهم تلك الوسائل التى يتعرض لها سكان قها باستمرار والتى لها تاثير عليهم وهى

الراديو والتليفزيون والصحف واستبعدنا مناقشة دور الفيلم والكتاب لقلة تأثيرها على مجتمع قها نتيجة قلة التعرض لهما لأسباب متعددة منها ارتفاع التكاليف نسبيا وزيادة الأمية .

وعن جمع البيانات عن مجتمع قرية قها اخترنا عينة عشوائية من إرباب الأسر فيها بلغ إجمالي عددها ٢٤٩ رب أسرة . وقد استخدمنا عدة مصادر للحصول على البيانات التى تخدم أغراضنا: مصادر رسمية منها إحصاءات الجهاز المركزى للتعبئة العامة للأحصاء وبيانات المجلس المحلى ومجلس القرية وغيرها – والملاحظة الذاتية – وصحيفة استبيان لاستطلاع رأى أفراد العينة المختارة حول عدد من القضايا المحلية والقومية الهامة وعلاقتها بمدى تعرضهم لوسائل الإعلام .

هذا وقد افترضنا عدة افتراضات عن دور وسائل الإعلام فى التنمية الاجتماعية :

١– إن مدى تعرض الفرد لوسائل الإعلام يتحدد جزئيابطريقة الاستقبال كم يتحدد جزئيا ببعض الخصائص الخلفية للفرد

٢– قد تكون هناك علاقة بيت التعرض لوسائل الإعلام من ناحية ومعرفة المسائل المحلية والقومية من ناحية أخرى .

* قد يتصل التعرض لوسائل الإعلام بمعرفة مشكلات محددة عن التنمية كالادخار وإعادة فتح قناة السويس.

* قد يتصل التعرض لوسائل الإعلام بطموح الفرد تجاه نفسه وأولاده.

٣– فى عملية اتخاذ القرارات بشأن الأفكار المستحدثة تكون قنوات وسائل الإعلام أهم نسبيا فى وظيفة المعرفة ، بينما تكون قنوات الاتصال المباشر أهم نسبيا فى وظيفة الإقناع.

٤– تستطيع وسائل الإعلام أن تلعب دورا مساعدا أو رئيسيا فى حملة محو الأمية ويتوقف ذلك على متطلبات الفرد .

وقد تبين عن خصائص أفراد العينة أن الرجال يمثلون ٨١٪ منها وأن النساء يمثلن ١٩٪ وقد اعتبرنا النساء ربات أسر فى أحوال معينة كأن يكون الزوج خارج القرية ، أو متوفى أوتكون السيدة مطلقة ، وقد تراوحت أعمار أفراد العينة بين ٢١ سنة وأكثر من ٦٠ سنة . وبلغت نسبة الفلاحين فى العينة ٤٠٪ والعمال ٣٥٪ والمهن الأخرى ٢٥٪ وهذه العينة تعتبر نموذجا ، إلى حد كبير ، للمهن والعمال والفلاحين ، فى قها ذلك أن معظم سكانها من الفلاحين . وقد بلغت نسبة الأمية فى العينة حوالى ٦١٪ وتراوحت دخول أفرادها بين أقل من ٢٠ جنيها شهريا وأكثر من ٤٠ جنيه .

وقد أثبتت لنا البيانات الميدانية على عينة البحث أن مدى تعرض الفرد لوسائل الإعلام يتحدد جزئيا بالخصائص الخلفية له . ذلك أننا وجدنا أن مالكى أجهزة الراديو والتليفزيون أكثر استعمالا لهما ، من غير المالكين ، وأن العمال أكثر استعمالا ، لهما من الفلاحين أو ذوى المهن الأخرى ، وأن الأناث أكثر فى ذلك من الذكور . كذلك وجدنا أن فترة (كمية) الاستماع إلى الراديو تقل كلما زاد الدخل والتعليم والسن فى حين تزيد فترة مشاهدة التليفزيون كلما زاد الدخل والتعليم وتقل كلما زاد السن وقد يستنتج من ذلك أن السن عاملا هاما يؤثر على التعرض لوسائل الإعلام وأنه كلما زادت المسئوليات ، وزاد الدخل والتعليم ، أثر ذلك على مدى التعرض للراديو (بالانخفاض) ولم يؤثر على مدى التعرض للتليفزيون .

وتبين لنا أيضا أن جمهور الوسائل الالكترونية أكبر من جمهور الوسائل المطبوعة ويرجع ذلك أساسا إلى ارتفاع نسبة الأمية . وقد تبين أن مالكى (مشترى) الصحف أكثر قراءة من غير المالكين وأن فترة (كمية) القراءة تزيد بزيادة السن والتعليم والدخل وأن العمال أكثر قراءة من الفلاحين والذكور أكثر من الإناث . ويمكن أن نعتبر هذا الجزء العمود الفقرى للدراسة .

وعلى هذا يمكن القول أن وسائل الإعلام تلعب دورا هاما فى عملية التنمية فى قها . كما أن مخرجات وسائل الإعلام سواء أكانت فى شكل رسائل موجهة إلى الأمة كالقضايا الاجتماعية أو شكل خدمات كالبرامج الدينية والزراعية ... تصل إلى

القروى العادى فى قها مباشرة من خلال وسائل الإعلام الثلاث . وقد أثبت القرويون فى قها أنهم لا يختلفون - كثيراً - عن أبناء المدن العصرية فى اختيار البرامج الإعلامية التى تتناسب ورغباتهم ، كما وأنهم أظهروا اهتماما بموضوعات متنوعة مما يمكن أن يستدل منه أيضا أن اتجاهاتهم نحو وسائل الإعلام لا تختلف كثيراً عن اتجاهات الفئات الاجتماعية الأخرى .

وبصفة عامة يمكن القول أن هناك ثلاث وظائف أسياسية لوسائل الإعلام فى التنمية الاجتماعية هى : الإعلام - اتخاذ القرارات - التعليم . وقد قمنا باختيار دور وسائل الإعلام فى كل وظيفة من هذه الوظائف .

وعن الوظيفة الأولى وهى الإعلام تبين لنا أن وسائل الإعلام تستطيع تناولها مباشرة بشكل جيد . والحقيقة أنه بدون وسائل الإعلام فإنه قد يستحيل تأدية هذه الوظيفة . وتعتبر وسائل الإعلام قنوات ذات فاعلية فى نشر المعلومات الاجتماعية أكثر من الاتصال المباشر ذلك أن رسائل وسائل الإعلام وصلت إلى غالبية جماهير قها مباشرة بفاعلية .

ولقد ادى التعرض لوسائل الإعلام إلى رفع مستوى الإدراك والاجتماعى والسياسى لدى القرويين فى قها . ذلك أن القضايا الاجتماعية والسياسية التى تعرضها وسائل الإعلام يشاهدها القرويون ويسمعونها فى مجموعات ثم يناقشونها بعد ذلك . ولقد وضح من الدراسة وجود علاقة بين التعرض لوسائل الإعلام والإدراك الاجتماعى .

وقد تؤدى معرفة القضايا الاجتماعية دورا هاما فى سبيل الاندماج الاجتماعى والسياسى للقرية فى النظام القومى . وقد تبين لنا من الدراسة أن التعرض لوسائل الإعلام يوسع آفاق القروى من المسائل المحلية إلى المسائل القومية وأن التعرض لوسائل الإعلام يركز إنتباه الفرد على قضايا محددة للتنمية مثل إعادة فتح قناة السويس وشهادات الاستثمار .

كما تبن أنه كلما زاد التعرض لوسائل الإعلام كلما أدى ذلك إلى الإسراع بعملية التنمية . ويمكن بهذا التعرض أن نتخيل أنفسنا فى المكان الذى نسمع عنه أو نشاهده أى أننا ننتقل إلى هذا المكان نظريا ونتعرف على نظم و ثقافات أخرى . ومن ثم فإن القروى يستطيع أن يرى ويسمع ويقارن وبالتالى يزداد طموحه وقد أثبتت الدراسة وجود علاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وزيادة طموح الفرد تجاه نفسه وأولاده ، وكان لدى الفلاحين ألوانا من الطموح تجاه أنفسهم وتطلعات تعليمية ومهنية تجاه أولادهم .

وقد كان هناك إجماع عام بين أفراد عينة البحث على أن وسائل الإعلام مفيدة ونافعة وأن الناس يتعلمون منها . كما أنهم أظهروا نوعا من الثقة فيها باعتبارها وسائل تنقل المعلومات عن التنمية وهو ما يساعد على عملية التغيير الموجه فى خطة التنمية التى تقوم بها الحكومة وأجهزتها .

وعن الوظيفة الثانية ، اتخاذ القرارات ، وجدنا أن أقصى ما يمكن أن تقوم به وسائل الإعلام هو القيام بأدوار مساعدة . ذلك أن هذه الوظيفة تتطلب تغير الاتجاهات الراسخة والمعتقدات والعادات الاجتماعية وهو ما يمكن أن يقوم به الاتصال المباشر.

وقد حاولنا فى دراستنا تقييم دور وسائل الأعلام فى عملية اتخاذ القرارات بشأن تبنى الأفكار المستحدثة ، واخترنا لتحليلنا حملة تنظيم الأسرة على اعتبار أن الانفجار السكانى واحد من المشكلات الرئيسية التى تواجه التنمية فى مصر . وقد افترض البعض خطأ أن خلق الإدراك فى تنظيم الأسرة يؤدى تلقائيا إلى الاقتناع ثم التبنى . غير أنه تبين لنا أن حوالى ٢٠ ٪ من أفراد العينة أيدوا تنظيم الأسرة ولكنهم لم يتبنوه وأن حوالى ٦٦ ٪ ممن تبنوا تنظيم الأسرة (ـ ٤٦٪ من العينة) لم يؤكدوا قرارهم . ومن ثم فإن متابعة الذين تبنوا تنظيم الأسرة ضرورى لتجنب عدم الاستمرار .

ويستنتج من بيانات البحث عن قها أن قنوات وسائل الإعلام أهم نسبيا من قنوات الاتصال المباشر فى وظيفة المعرفة وأن الأخيرة أهم فى وظيفة الاقناع .

وقد تبين لنا أن وسائل الإعلام عندما تستكمل بالاتصال المباشر تلعب دورا هاما فى تبنى الأفكار المستحدثة . كما أثبتت وسائل الإعلام فاعليتها فى تغذية المناقشات بالمعلومات عن طريق خلق الإدراك وتوضيح القضايا ، بينما كان للاتصال المباشر تأثيرا قويا على أفراد عينة قها فى إقناعهم بالأفكار المستحدثة خاصة إذا جاء هذا الاتصال من الأنداد المتجانسين كالأصدقاء والأقارب .

كما وجدنا أيضا أن هناك علاقة بين الفكرة المستحدثة والتعرض لوسائل الإعلام ومعرفة القراءة والكتابة والمهنة .

وأخيرا حللنا الوظيفة الثالثة وهى التعليم والتى يمكن أن تلعب وسائل الإعلام فيها أدوارا رئيسية أو مساعدة . وقد اخترنا حملة محو الأمية لاختبار دور وسائل الإعلام ذلك أن الأمية تعتبر مشكلة أسياسية فى التنمية . وقد وجدنا أن وسائل الإعلام تلعب دورا هاما فى كل مراحل حملة محو الأمية ، فى الدعاية للفكرة وفى تعليم القراءة والكتابة ، وفى تنظيم الثقافة العامة ، وفى متابعة الحملة وقد تبين لنا أن وسائل الإعلام تستطيع أن تلعب دورا أسياسيا أو مساعدا فى حملة محو الأمية ويتوقف ذلك على متطلبات الفرد كم تبين لنا أيضا أنه ليس كل الأميين يتتبعون برامج محو الأمية بل إن حوالى ٤٪ منهم لا يتتبعون الحملة ومن ثم فإن هناك معوقات تقف فى طريقها . وفى رأينا أنه ما لم تكن هذه الحملة منظمة من خلال فصول معدة سلفا أو برامج مشاهدة مع قيادة وتوجيه فإن نجاح الحملة لايكون مضمونا .

وقد تبين لنا أن العمال يتتبعون برامج محو الأمية بدرجة أكبر من تتبع الفلاحون لها . وقد تكون اللوائح القوانين التى تلزم العمال بتعلم القراءة والكتابة هى أحد الأسباب الرئيسية فى ذلك ، حيث تبين لنا أن الدافع الرئيسى لتتبع برامج محو الأمية هو تحسين مكانة الفرد .

التوصيات :

يمكن القول أن وسائل الإعلام هى أدوات تساعد على التنمية ذلك أنها تؤدى إلى خلق الإدراك والمعرفة وإلى تركيز الانتباه على قضايا قومية محددة وأنها تساعد على الاقتناع بالتغيير وتبنى الأفكار المستحدثة . وأن الاتصال المباشر له تأثير فعال فى إحداث هذه التغييرات .

وعلى هذا فإنه لابد أن تستخدم قنوات الإعلام و قنوات الاتصال المباشر فى إحداث التغييرات اللازمة ، و ألا ننظر إلى تكلفة هذا الاستخدم طالما أن العائد والفائدة منه على المدى الطويل ستكون أكبر . ونعرض اقتراحاتنا لعلاج أهم المشاكل التى قابلتنا فى دراستنا على قها فيما يلى :

١- يجب العمل علي القضاء على الأمية باعتبارها مشكلة هامة من المشاكل التى تواجه التنمية فى مصر . ويمكن أن يتأتى ذلك بان يتم نشر التعليم ليشمل الأميين الكبار والصغار كما يلى :

* زيادة فرص التعليم الإلزامى والمهنى بحيث تكون هناك مساواة بين الجميع فى فرص التعليم الإلزامى والمهنى المتاحة .

* ومن ناحية أخرى فإنه لابد من الإجبار على تعليم الكبار والصغار وربط حضور فصول الأمية بمكافآت مادية وبمزايا عينية .

* يجب امتداد قاعدة التعليم لتشمل الفلاحين بما لا يتعارض وأوقات اشتغالهم بالزراعة .

* يجب نشر الوعى بين الفلاحين حول مزايا تعليم الكبار والصغار.

هذا وقد أوضحنا أن وسائل الإعلام تستطيع القيام بأدوار رئيسية فى التعليم عن طريق المشاهدة أو الاستماع للبرامج التعليمية للوسائل الالكترونية وتستطيع توفير المعلومات اللازمة لمساعدة الفصول الداراسية فى محو الأمية .

٢- يجب العمل على وقف التزايد السكانى بأن يتم اتخاذ عدد من الوسائل نذكر منها يلى :

* يجب نشر الوعى بأهمية نشاط تنظيم الأسرة للفرد والدولة .

* أن يتم تشجيع الذين تبنوا تنظيم الأسرة .

* ألا تمنح الدولة مزايا التعليم المجانى والخصم الضريبى والمواد التموينية وغير ذلك إلا حتى الولد الثالث مثلا .

وفى رأينا - وكما تبين من بيانات دراستنا الميدانية - أن وسائل الأعلام تلعب دورا مباشرا فى نشر الوعى حول تنظيم الأسرة وفوائده للفرد والدولة ، وأنها تلعب دورا مساعد فى تغيير الاتجاهات لتبنى هذه الفكرة ، وبالتالى فإنه يجب استثمار هذه الوسائل الإعلامية لأداء أدوارها المنتظرة .

٣- إعادة توزيع خريطة مصر وهو ما نادى به الرئيس الراحل السادات وينادى به الرئيس مبارك ومن ثم فإنه لابد من زيادة المساحات الخضراء على أرض مصر وعدم الاعتماد فقط على الدلتا ووادى النيل . كما أنه لابد من الاستفادة من أراضى سيناء التى استردتها مصر تنفيذا لمعاهدة السلام التاريخية . ويمكن فى هذا أن تتبع الدولة سياسية تمليك المواطنين أراضى - بدون مقابل- يزرعونها على نفقتهم على أن توفر لهم المياه والتربة الصالحة . وهو والحمد لله ما أمر به الرئيس مبارك مؤخراً .

وتستطيع وسائل الأعلام تركيز الانتباه على هذه القضية الهامة بنشر المعلومات المفيدة وإجراء الحوار حولها ويمكن أن يتم تبنى هذا الموضوع إذا ما اشترك الاتصال المباشر فى ذلك - كالندوات والمحاضرات والمناقشات - حيث يتم أقناع المواطنين بأهميته .

٤- وقف هجرة الفلاحين من الريف إلى المدن ، ويمكن لوسائل الإعلام أن تقوم بحملة إعلامية واسعة توضح أهمية وقف تلك الهجرة ومساوئها على الزراعة

وعلى الخدمات التى تؤديها الدولة على سكان المدن . كما يمكن أن تقوم الدولة بوضع نظاما سليما للاقراض يساعد الفلاحين فى الحصول على السماد والمواد الزراعية والكيماوية اللازمة وبأسعار زهيدة . وتستطيع وسائل الأعلام أن توضح الرؤية حول هذا الموضوع . خاصة وانه اتجاه عالمى وفقا لما جاء فى برنامج المؤتمر الدولى للسكان والتنمية المنعقد بالقاهرة فى سبتمبر ١٩٩٤ كما أشرنا .

ويمكن عن طريق وسائل الأعلام بالاشتراك مع الاتصال المباشر تعليم الفلاحين الأساليب الفنية الحديثة فى الزراعة بما يشجعهم على زيادة الانتاج وبما يؤدى إلى ربحيتهم ومن ثم تشجيعهم على البقاء فى الريف .

٥- زيادة هجرة الفنين لتعمير الصحارى . فالأرضى الصحراوية فى حاجة إلى الخبرة العلمية فى الزراعة والرى والحصاد واستخدام المواد الكيماوية بما يؤدى إلى زيادة الانتاج الزراعى وتحسين جودته . والحقيقة أن هذه الهجرة لهذا الاستطلاح أمر ضرورى ويجب على الجامعى أو الشاب وهو على أول الطريق القيام به باعتباره مواطنا يهمه مصلحة الوطن والمصلحة العامة للمواطنين وهو ما فوق كل اعتبار .

وتستطيع وسائل الإعلام نشر الفكرة المستحدثة عن تعمير الصحراء كما يمكن اتصال المباشر - فى حلقات المناقشة بالنوادى مثلا - تغير الاتجاهات التى قد تقف فى سبيل تنفيذ تلك الفكرة .

وتستطيع الحكومة أن تعاون على ذلك أيضا برفع مرتبات أو مكافآت الفنيين وتوفير كافة سبل الراحة لهم مع ضرورة زيادة التعيينات وزيادة معدل الورديات بما يؤدى إلى زيادة فترات الأجازات .

٦- رفع مستوى المعيشة فى القرية حتى يمكن أن تبدو كنموذج مصغر للمدينة . حيث لابد من إمداد ما لم يتم إمداده منها بالشبكات الكهربائية ورصف أهم طريقها الداخلية مع استخدام أحدث الأساليب والآلات الزراعية (والصناعية) والتدريب عليها .

ويمكن لوسائل الإعلام أن تزيد من طموح الفلاح و أن تنشر الوعى حول الأساليب الزراعية الحديثة كما يمكنها إذا استخدمت مع الاتصال المباشر إقناع الفلاحين بتبنى هذه الأفكار المستحدثة .

٧- تدعيم أساليب الاتصال الإعلامى بتقوية أجهزة إرسال الموجات الصوتية والمرئية أو بتقوية نوعية المواد الإعلامية المستخدمة . مع استخدم نوادى الاستماع وزيادتها فى مختلف القرى . وإيجاد العدد المناسب من قادة الرأى المتفهين لطبيعة عملهم . كل هذا بعد إجراء الدراسات المستفيضة فى هذا الخصوص .

٨- أن هناك ميل عام فى البحوث التى تجرى حول الفلاح المصرى لتطبيق التعميمات وتجاهل المميزات الشخصية للمصريين بصفة عامة . وقد جاء ذلك نتيجة عدد من الأسباب أهمها تيار التأثيرات والحضارات الفرعونية واليونانية والرومانية والفارسية والعربية والتركية والأوربية التى تعرضت لها مصر خلال تاريخها الطويل . وكل ثقافة من هذه الثقافات تركت خلفها آثار فى الشخصية المصرية . تلك الشخصية ينبغى أن تدرس كخطوة أولى فى بحوث التنمية .

٩- كما نحتاج أيضا إلى المزيد من البحوث التى تختبر سريان معلومات التنمية فى المناطق الريفية . هذا ومن الصعب حدوث التغير إلا إذا عرف هؤلاء المتوقع تغيير اتجاهاتهم أسباب التغيير وطرقه وعائده فيقبلونه كذلك فإنه من الصعب تعلم المهارات الجديد إلا إذا تم تدريب المطلوب تعليمهم عليها وعلى أساس سليم وإلا إذا تم حث الأفراد على السعى نحو التعليم . كذلك فإنه من الصعب اتخاذ القرارت المتعلقة بتغيير فى العادات والاتجاهات ، إلا إذا أعطيت للناس فرصة لمناقشتها .

يضاف إلى هذا بأننا نجد أنه من الصعب حدوث المشاركة القومية الحقيقة فى التنمية الإجتماعية إلا إذا كان هنا سريان للاتصال صعودا وهبوطا بين القادة

القوميين وبين القادة الريفين . ومن ثم فإن أول خطوة فى وضع الاتصال الحديث فى خدمة التنمية القومية هى البحث الكامل والعميق عن سريان الاتصال فى القرى الريفية . وضرورة معرفة أى معلومات للتنمية الاجتماعية قد تم ارسالها ؟ وكم منها تم استقباله ؟ ولمن تصله هذه المعلومات بكمية غير كافية ؟ وأين تكون الحاجة إلى المعرفة غير مشبعة ؟ وفى أى الموضوعات ؟

ولقد وجدت فى دول كثيرة فى مثل هذه الدراسات بالذات خبرة مدهشة جدا فتبين أن كثير من المعلومات التى يرسلها المصدر لم تكن تصل إلى الجماهير ، وأن الجزء الذى استطاع توصيله لم يكن مفهوما أو أن الجماهير قد رفضته . كما وجد أن المجموعات التى افترضوا أنها أحيطت علما بموضوع معين كانت تجهله .

إن معرفة هذه الأشياء هى أساس تحسين الاتصال .

١٠- يجب أن يتم التنسيق بين كافة أجهزة الدولة المعينة بالإعلام وبالتنمية حيث يتم ، مثلا ، نشر المواد الإعلامية لتحقيق أهداف واحدة تسعى إليها كافة تلك الأجهزة ، وأن تقوم الجهات المعنية بالتنمية وبالمجتمع الريفى بدارسة الأبحاث الميدانية التى أجريت فى هذا الصدد والتعاون فى إيجاد الوسائل اللازمة لعلاج المشاكل التى تتضح منها ، وتنفيذ توصياتها طالما كانت مقبولة.

١١- لابد من متابعة البحوث الميدانية . ذلك أن البحوث تضع إفتراضاتها وتقوم بإثباتها وتستخلص نتائج معينة ولكن قلما يتم اختبار هذه النتائج . والعمل بها بشكل فعال .

١٢- كذلك فإنه ينبغى دراسة أثر تحول القرية إلى مدينة كما حدث بالنسبة لقها، ذلك أن تحويلها إلى مدينة قد ترتب عليه ، بصفة عامة ، زيادة الخدمات التى تتم فيها وزيادة فئة العمال وبالتالى فإن النوعية السكانية بدأت تتغير فالعمال بدأوا يتزايدون وطالما أن قوانين العمل تنص على ضرورة محو

العمال لأميتهم فإن نسبة الأمية قد تكون فى طريقها إلى الانخفاض بدرجة أكبر مما مضى ، مما سيؤدى إلى التغير فى نوعية الاستماع إلى الراديو ونوعية وأوقات مشاهدة التليفزيون واختلاف فى الآراء وفى الاتجاهات وبالتالى فى أنواع البرامج إلخ ...

كذلك توجد تجارب أعلامية تستحق تخصيص بعض البحوث والدراسات لمتابعتها مثل تجارب نوادى الاستماع ونوادى المشاهدة التى تقوم فكرتها الأسياسية على الربط بين دور وسائل الإعلام ودور الاتصال المباشر فى القيام بوظائفها فى عملية التنمية بصورة أكثر فاعلية وخاصة فيما يتعلق بالإفكار المستحدثة . وجدير بالذكر أن هيئة الاستعلامات قد قامت ، من سنوات ، بتجارب فى ذلك الخصوص فى الريف المصرى مثل تجربة الفيديو فى تلا ونوادى الاستماع والمشاهدة فى المراكز الإعلامية .

وفى ضوء هذا كله يتضح أن دراستنا ما هى إلا بداية لدراسات وأبحاث أخرى أوصى بيدنها لما لتجربة قها من مدلول خاص . ذلك أنه بعد أن أعلنت قها مدنية فإن ظروفها الاجتماعية ، غالبا ، ستختلف وسوف تتغير فيها العلاقات الإنسانية وعلاقات العمل ، كما أوضحنا حالا ، بل وستختزل المدة الطويلة لإعادة تغييرالاتجاهات . كل هذا بالاضافة إلى أن ازدياد حجم وفاعلية وسائل الإعلام وأجهزته سيؤدى إلى الإسراع برفع معدلات التنمية ومن ثم قد تصبح قها تجربة رائدة فى هذا المجال الحيوى الهام .

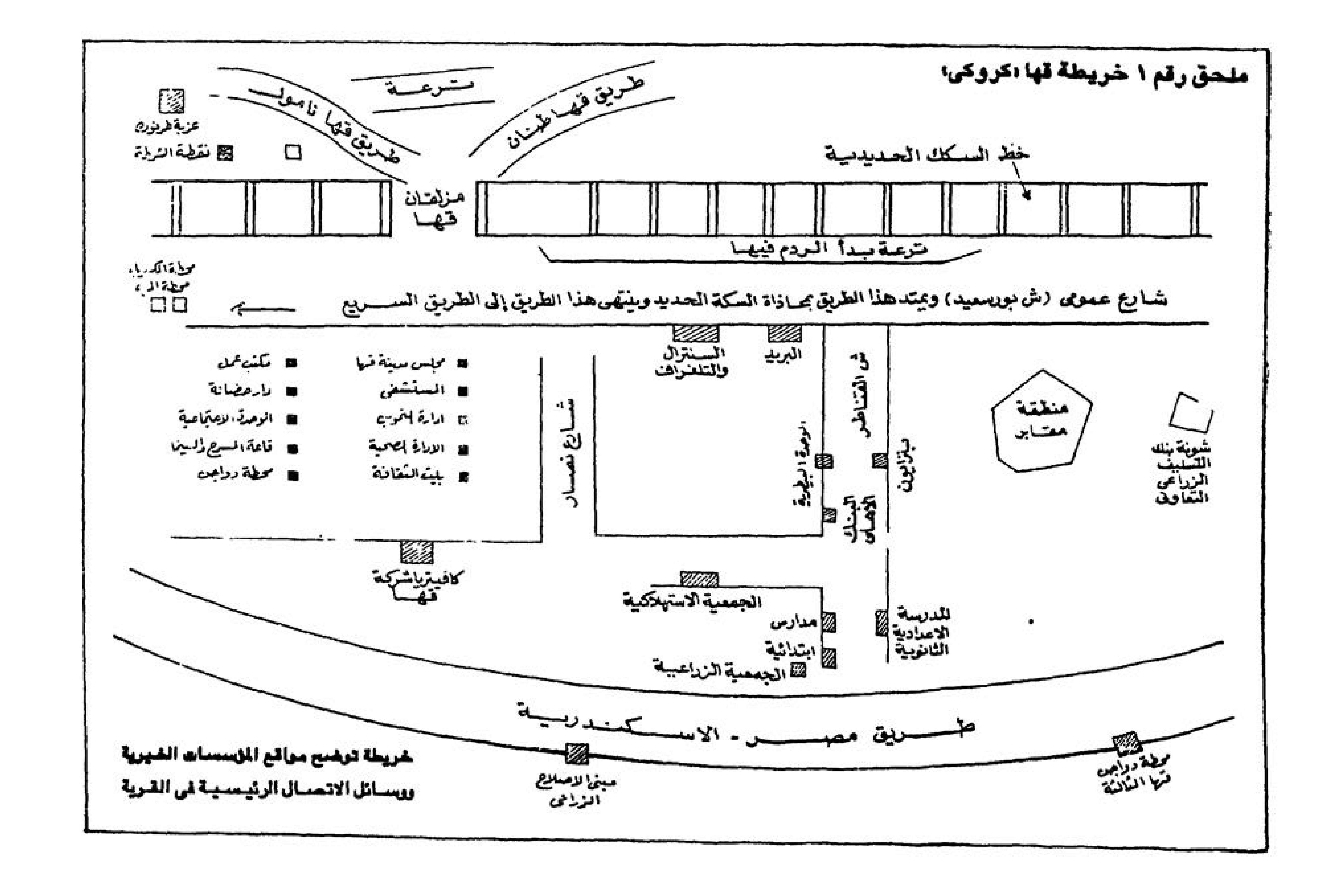
تم بحمد الله تعالى وتوفيقه

الملاحـق

تضم القائمة ملحقين علي النحو التالي :

ملحق رقم (١) : خريطة قها .

ملحق رقم (٢) : القرار الجمهورى بإعلان قها (مدينة) .


ملحق رقم ١ خريطة قها (كروكى)
خط السكك الحديدية
طريق قها طنان
ترعة
طريق قها ناموس
عزبة الزيتون
نقطة الشرطة
مزلقان قها
ترعة بدأ الردم فيها
شارع عمومى (ش بورسعيد) ويمتد هذا الطريق بمحاذاة السكة الحديد وينتهى هذا الطريق إلى الطريق السريع
السنترال والتلغراف
البريد
ش القناطر
بنزايون
منطقة مقابر
شونة بنك التسليف الزراعى التعاونى
مجلس مدينة قها
المستشفى
ادارة التموين
الادارة الصحية
بيت الثقافة
مكتب عمل
دار حضانة
الوحدة الاجتماعية
قاعة المسرح والسينما
محطة دواجن
شارع نصار
الوحدة البيطرية
البنك الأهلى
كافيتريا شركة قها
الجمعية الاستهلاكية
مدارس ابتدائية
الجمعية الزراعية
المدرسة الاعدادية الثانوية
طريق مصر - الاسكندرية
مبنى الاصلاح الزراعى
محطة دواجن قها الثالثة
خريطة توضح مواقع المؤسسات الشهيرة ووسائل الاتصال الرئيسية فى القرية

ملحق رقم (٢)

قرار رئيس جمهورية مصر العربية
رقم ٢٩٥ لسنة ١٩٧٥

رئيس الجمهورية

بعد الاطلاع على الدستور

وعلى قانون نظام الإدارة المحلية الصادر بالقانون رقم ١٢٤ لسنة ١٩٦٠ والقوانين المعدلة له .

وعلى القانون رقم ٥٧ لسنة ١٩٧١ فى شأن نظام الحكم المحلى

وعلى قرار رئيس الجمهورية رقم ١٧٥٥ لسنة ١٩٦١ بتقسيم الجمهورية الى محافظات و مدن وقرى وتحديد نطاق المحافظات والقرارت المعدلة له .

قرر

المادة الأولى

تحول القرى المبينة فيما بعد إلى مدن وهى :

قرية سرس الليان	إلى مدينة باسم سرس الليان	محافظة المنوفية
قرية أوسيم	إلى مدينة باسم مدنية أوسيم	محافظة الجيزة
قرية الرحمانية	إلى مدينة باسم مدينة الرحمانية	محافظة البحيرة
قرية فرشوط	إلى مدينة باسم مدينة فرشوط	محافظة قنا
قرية الإبرهمية	إلى مدينة باسم مدينة الإبراهمية	محافظة الشرقية
قرية الزرقا	إلى مدينة باسم مدينة الزرقا	محافظة دمياط
قرية قها	إلى مدينة باسم مدينة قها	محافظة القليوبية
قرية ساحل سليم	إلى مدينة باسم مدينة سليم	محافظة أسيوط

المادة الثانية

ينشر هذا القرار فى الجريدة الرسمية

صدر برياسة الجمهورية فى ١٨ ربيع الأول سنة ١٣٩٥ هـ (٣١ مارس ١٩٧٥)

أنور السادات

المراجع

تنقسم قائمة المراجع إلى أربعة أقسام حيث يضم القسم الأول منها الكتب والمقالات باللغة العربية ، ويضم الثانى الكتب والمقالات باللغات الأجنبية ، ويضم الثالث الأبحاث غير المنشورة . ويضم الجزء الرابع مراجع إضافية (للطبعة الثالثة)

أ- المراجع العربية :

* الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء ، النتائج النهائية لتعداد السكان بالعينة عام ١٩٦٦ ، المجلد الثالث ، مرجع رقم ١- ٦١١ ، الهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية ، يوليو ١٩٦٧ .

* إتحاد إذاعات الدول العربية ، دراسات وبحوث إذاعية - الراديو والتليفزيون فى مجال محو الأمية ، رقم ٩ ، القاهرة ١٩٧١ .

* زاهية مرزوق ، التوعية المباشرة فى تنظيم الأسرة والدروس المستفادة من تجارب الإسكندرية فى توجيه العمال والقيادات الطبيعية ، التوعية والإعلام فى مجال تنظيم الأسرة ، مؤسسة دار التعاون للطبع والنشر ، ١٩٧١ .

* زكريا أحمد البرادعى ، مجال الدعوة فى تعديل مدركات أهل الريف المصرى، وتحريك دوافعهم نحو تنظيم الأسرة ، التوعية والإعلام فى مجال تنظيم الأسرة ، مؤسسة دار التعاون للطبع والنشر ، ١٩٧١ .

* لويس كامل مليكه ، الجماعات والقيادات فى قرية عربية ، سرس الليان ، المنوفية ، مصر ، ١٩٦٣ .

* محمود عوده ، أساليب الاتصال والتغيير الاجتماعى - دراسة ميدانية فى قرية مصرية ، دار المعارف بمصر ، ١٩٧١ ..

* مكتب تنظيم الأسرة بمحافظة المنوفية ، مجموعة تقارير تحت عنوان تنظيم الأسرة فى المنوفية ، مصر ، ١٩٧٢ .

* يوسف السباعى، مصر المشكلة والحل، دار المعارف، القاهرة ، ١٩٧٨ .

ب - المراجع الاجنبية :

Abu Lughod, Ibrahim. « The Mass Media and Egyptian Village Life » **Social Forces** : 142 (October 1963).

Adams, S.L. « Reduction of Cognitive Dissonance by Seeking Consonant Information ». **Journal of Abnormal and Social Psychology,** Vol. 62, 1961.

Allport, Gordon and Leo Postman, **The Psychology of Rumor,** New York, Holt, 1947.

Ammar, Hamed. **Growing Up in an Egyptian Village.** London Routledge and Kegan Paul Ltd. 1954.

Ammar, Hamed. **Training Workers for Tribal Community,** UNESCO, ASFEC, Occasional Paper II, Sirs el Layan, ARE. 1964.

Antoun, Richard and Illiya Harik, **Rural Politics and Social Change in the Middle East,** Bloomington Ind., Indiana University Press, 1972.

Azzam, M.A., **Rural Industries and Community Development in the Middle East.** UNESCO, ASFEC, Occasional Paper V, Sirs el Layan, 1967.

Backstrom, Charles and Gerald Hursh. **Survey Research.** New York, Northwestern University Press, 1971.

Baily, Frederick, « The Peasant View of the Bad Life. » **Journal of the British Association for the Advancement of** Science, 23, 1966.

Banfield, Edward C. **The Moral Bases of a Backward Society.** New York, Free Press, 1958

Beal, George and Everett Rogers. « Informational Sources in the Adoption Process of New Fabrics ». **Journal of Home Economy,** 49, 1957.

Behrman, S.J., L. Corsa Jr. and R. Freedman. **Fertility and Family Planning : A World View.** Ann Arbor, Mich. : The University of Michigan Press. 1969.

Belshaw, Cyril S. **Traditional Exchange and Modern Markets** Englewood, Cliffs, N.J., Prentic Hall, 1965.

Bendix, Reinhard. « Industrial, Ideologies and Social Structure ». **American Sociological Review** XXIV, No. 5, 1959

Berelson, Bernard « What Missing the Newspaper Means ». In Wilbur Schramm. **The Process and Effects of Mass. Communication.** Urbana, University of Illinois Press, 1961.

Berelson, Bernard, Paul Lazarsfeld and William Mc. Phee. **Voting.** Chicago : University of Chicago Press, 1954.

Berelson, Bernard and Ronald Freedman. « A Study in Birth Control. **Scientific American,** 210, 1964.

Berkowitz, Leonard (ed.) **Advances in Experimental Social Psychology,** Vol. 1. New York, Academic Press 1964.

Berlo, David. **The Process of Communication,** New York, Holt. Reinhart and Winston, 1960.

Black, Cyril. **The Dynamics of Modernization : A Study in Comparative History.** New York : Harper and Row 1966.

Binder, Leonard. « Political Recruitment and Participation in Egypt » in Joseph La Palombara and Myron Weiner. **Political Parties and Political Development.** Prinoceton : Princeton University Press 1966.

Bogue, Donald (ed). **Mass Communication and Motivation for Birth Control.** Chicago : Community and Family Study Center, University of Chicago, 1967.

Boulding, Kennett. **The Image.** Ann Arbor, Michigan University of Michigan Press, 1956.

Brehm, Jack. **Exploration in Cognitive Dissonance.** New York : John Wiley and Sons Inc., 1962.

Brinton, Crane. **The Anatomy of Revolution,** New Jersey : Prentice Hall Inc. 1952.

Brodbeck, May. « The Role of Small Groups in Mediating the Effects of Propaganda » . **Journal of Abnormal and Social Psychology** Vol. 52, 1956.

Bryson, L. (ed). **The Communication of Ideas.** New York : Harper and Brothers, 1948.

Gaplow, Theodore and Kurt Finsterbusch. **Development Rank : A New Method of Rating National Development.** Colombia University, Bureau of Applied Social Research, 1964.

Gartrairs, G. Morris. **The Twice Born : A Study of a Community of High Caste Hindus,** Bloomington, Ind., University of Indiana Press, 1958.

Gassirer, Henry. **Television Teaching Today,** Paris, UNESCO, 1960.

Childs, Harwood. **Public Opinion.** Princeton, New York, Van Nostrand, 1965.

Coleman, James et al. **Equality of Educational Opportunity,** National Center for Educational Statistics, 1966.

Coleman, James; Elihu Katz and Herbert Menzel. « The Diffusion of Innovation among Physicians ». **Sociometry,** Vol. 2, No. 53, 1957.

Comte, Auguste, **System of Positive Polity,** London : Longmans Green and Co., 1877, Vol. IV.

Cooley, Charles. **Social Organization** New York : Charles Scribner's Sons, 1909.

Cox, Donald. « Clues for Advertising Strategists » in Lewis Dexter and David White (ed)., **People, Society and Mass Communication.** London : The Free Press of Glencoe, 1964.

Cutright, Philips. « National Political Development : Measurement and Analysis ». **American Sociological Review,** No. 28, 1963.

Dahrendorf, Ralf. **Market and Plan : Essays in the Theory of Society.** California Stanford, Stanford University Press, 1969.

Davis, James. « Toward a Theory of Revolution » **American Sociological Review,** 27, No. 1 (Feb. 1962).

Davis, Kingsley. **The Population of India and Pakistan,** Princeton N.J., Princeton University Press, 1951.

Day, L.H. and T. Day. **Too Many Children.** Boston, Mass. Houghton Mifflin, Riverside Press, 1964.

De Fleur, Melvin . **Theories of Mass Communication,** New York, David Mckay Company, 1975.

Deutsch, Karl W. « Social Mobilization and Political Development » **American Political Science Review** 55, 1961.

Deutschmann, Paul and others. **Communication and Social Change in Latin America.** New York, Frederick Preager Publisher, 1968.

Deutschmann, Paul and Orlando Fals Borda, **La Communicacion de Las Ideas Entre Los Compesinos Colombianos.** Bogota, University of Colombia, Sociological Monograph, 14, 1962.

Diaz-Bordenave, Juan. **New Approaches to Communication Training for Developing Countries.** Baton Rouge, Louisana, 1972.

Doob, Leonard. **Communication in Africa : A Search for Boundaries.** New Haven : Yale University Press, 1961.

Dube, S.C. « A Note on Communication in Political Development » in Daniel Lerner and Wilbur Schramm, **Communication and Change in Developing Countries.** Honolulu. The University of Hawai, 1972.

Dube, S.C. « Communication, Innovation and Planned Change in India » in Daniel Lerner and Wilbur Schramm. **Communication and Change in Developing Countries.** Honolulu, The University of. Hawai, 1972.

Dubey, Dinesh and A.K. Devgan « Family Planning Communication Studies in India. » **Central Family Planning Institute.** Monograph Series, New Delhi, No. 8, 1969.

Duncan, Otis, « Farm Background and Differential Fertility » **Demography** Vol. 2, 1965.

Dynes, Russel R. **Some Observation on Change.** UNESCO, ASFEC, Sirs el Layan, A.R.E. 1966.

Eisenstadt, S.N., **Breakdown of Modernization in Economic Development and Cultural Change,** Vol. XII, No. 4 (July 1964).

El Khatib, Fathalla and Gordon Hirabayashi « Communication and Political Awareness in the Villages of Egypt ». **Public Opinion Quarterly.** Vol. 22, No. 3, 1958.

Elwy, Elwya. **The Responsibility of the Informal Educator.** UNESCO, ASFEC, Occasional Paper VIII, Sirs el Layan, 1968.

El Zayat, Abdel Fattah. **Community Development Institution in Rural Areas in Egypt.** UNESCO, ASFEC, Occasional Papers XII Sirs el Layan, A.R.E. 1968.

Emery, Edwin, Philip Ault and Warren Agee. **Introduction to Mass Communication,** New York, Dodd. Mead and Company, 1970.

Erlich, Danuta, and Judson Mills. « Post Decision Exposures to Relevant Information » **Journal of Abnormal and Social Psychology,** Vol. 5, 1957.

Etzioni, Amitai. « Towarda Theory of Societal Guidance. » **The American Journal of Sociology,** Vol. 73, No. 2 (Sept. 1967).

Etzioni, Amitai, and Eva Etzioni. **Social Change,** New York, Basic Books Inc. (2nd ed.), 1973.

Fals Borda, Orlando. **Peasant Society in the Colombian Andes : A Sociological Study of Sancis Gainesville,** Fla, University of Florida Press, 1955.

Fawcett James. **Psychology and Population,** New York : The Population Council, 1970.

Feather, Norman. « Cigarette Smoking and Lung Cancer : A Study of Cognitive Dissonance. » **Australian Journal of Psychology,** Vol. 14, 1962.

Festinger, Leon. **A Theory of Cognitive Dissonance,** Evanston, Illinois, Row Peterson, 1957

Festinger, Leon, **Conflict and Dissonance.** Stanford Calif, Stanford University Press, 1964.

Firth, Raymond. **Element of Social Organization.** London, Watts, 1956.

Flowerman, Samuel. « The Use of Propaganda to Reduce Prejudice : A Refutation » **International Journal of Opinion and Attitude Research.** 111, 1949.

Foley, Donald L. **Neighbors or Urbanites ?** Rochester, N.Y. University of Rochester, Studies of Metropolitan Rochester 2, 1952.

Ford, Joseph. « The Primary Group in Mass Communication » **Sociology and Social Research,** XXXVIII, 1954.

Foster, George. **Traditional Cultures and the Impact of Technological Chaage.** New York. Harper and Row, 1962.

Foster, George. **Tzintzuntzan, Mexican Peasant in a Changing World.** Boston, Little Brown, 1967.

Freedman, Jonthan. « Preference for Dissonant Information » **Journal of Personality and Social Psychology,** Vol. 2, 1965.

Freedman, Jonathan, and David Sears. « Voters Preferences among Types of Information ». **American Psychologist,** Vol. 18, 1963.

Green, Lawrence. **The Dacca Family Planning Experiment** Berkeley : University of California, School of Pubiic Health, Pacific Health Education 3, 1972.

Gusfield, Joseph. « Tradition and Modernity : Misplaced Polarities in the Studyof Social Change. » **The American Journal of Sociology,** Vol. 72, No. 4 (Jan. 1967).

Hagen, Everett. **On the Theory of Social Change : How Economic Growth Begins.** Homewood Ill. Dorsey Press, 1962.

Harell, T.W. ; D. Brown and W. Schramm. « Memory in Radio News Listening. » **Journal of Applied Psychology,** 33, 1949.

Harik, Illyia. « Opinion Leaders and Mass Media in Egypt : A Reconsideration of the Two-Step Flow of Communication Hypothesis », New York. **The American Political Science Review,** Vol. 95. 1971.

Harik, Illiya. **Politics and Change in a Traditional Society. Lebanon 1711 — 1845.** Princeton : Princeton University Press, 1968.

Harik, Illiya. **Political Mobilization of Peasants.** Bloomington, Ind., Indiana University Press, 1974.

Hauser, Philip « The Choatic Society : Product of the Social Morphological Revolution » **American Sociological Review.** Vol. 34, No. 1, Feb. 1969.

Havelock, Ronald : **Planning for Innovation,** Ann Arbor, Mich : The University of Michigan, ISR 1971.

Hawley, Amos H. and Visid Prachuabmoh. « Family Growth and Family Planning in Rural District of Thailand. » in Bernard Berelson (ed.). **Family Planning and Poupulation Programs.** Chicago : University of Chicago Press, 1966.

Holt, Robert and John Turner. **The Methodology of Comparative Research.** New York : The Free Press, 1970.

Hovland, Carl. « The Effects of the Mass Media of Communication »

in Gardner Lindzy (eds.) **Handbook of Social Psychology.** Boston : Addison Wesley, 1954.

Hovland, Carl, Arthur Lumsdaine and Fred Sheffield. « The Effect of Presenting One Sided Versus Both Sides in Changing Opinion on a Controversial Subject. » in Willbur Schramm. **The Process and Effects of Mass Communication.** Urbana, University of Illinois Press, 1961.

Hovland, Carl. **Experiments on Mass Communication.** Princeton University Press, 1949.

Hovland, Carl, Irving Janis and Harold Kelly. **Communication and Persuasion,** New Haven, Conn. Yale University Press, 1970.

Hovland, Carl and Wallace Mandel. « An Emperimental Comparison of Conclusion - Drawing by the Communicator and by the Audience. » **Journal of Abnormal and Social Psychology,** Vol. 47, 1952.

Hovland, Carl, and Walter Weiss. « The Influence of Source Credibility on Communication Effectiveness. » **Public Opinion Quarterly,** Vol. 15, 1951.

Hyman, Herbert and Paul Sheatsley. « Some Reasons Why Information Campaigns Fail. » **Public Opinion Quarterly,** Vol. 11, 1947.

Inayatullah, Attiya. « Toward a Non - Western Model of Development » in Daniel Lerner and Wilbur Schramm. **Commuincation and Change in Developing Countries.** Honoluiu, The University Press of Hawai, 1972.

Innis, Harold. **The Bias of Communication.** Toronto : University of Toronto Press, 1951.

Janis. Irving. « Effects of Fear Arousal on Attitude Change : Recent Development in Theory and Experimental Research. » in Thomas Beisecker and Donn Parson. **The Process of Social Influence.** New Jersey, Prentice Hall Inc. 1972.

Jecker, Jon. « Selective Exposure to New Information » in Leon Festinger. **Conflict Decision and Dissonance.** Stanford, Calif., Stanford, Calif., Stanford University Press, 1964.

Jourad, Sidney. **The Transparent Self.** New York : Van Nostrand, 1971.

Kaplan, Abraham. **The Conduct of Inquiry : Methodology of Behavioral Sciences.** San Francisco, California, Chandler Publishing Co., 1964.

Kaplan, Morton. **System and Process in International Politics** New York, John Willey and Sons, 1957.

Kallen, Horace. « Innovation » in Edwin Seligman and Alvin Johnson (ed.). **The Encyclopedia of Social Sciences.** New York : Macmillan, Vol. 4, 1937.

Kar, Snehendu; Diane Demangone and Barbara Kar. **Communication Research in Family Planning.** Paris, UNESCO, No. 2, 1975.

Kar, Snehendu. « Individual Aspiration as Related to Early and Late Acceptance of Contraceptives. » **The Journal of Social Psychology,** Vol. 83, 1971.

Katz, Elihu. « The Social Itinerary of Technical Change : Two Studies on Diffusion of Innovation. » **Human Organization** Vol. 20, No. 2 1961.

Katz, Elihu. « The Two-Step Flow of Communication : An Up-to-date Report on an Hypothesis. » **Public Opinion Quarterly,** 21, 1954.

Katz, Elihu and Paul Lazarsfeld. **Personal Influence : The Part Played by People in the Flow of Mass Communication.** Glencoe, Ill. The Free Press, 1955.

Kelman, Herbert and Carl Hovland « Reinstatement of the Communication in Delayed Measurement of Opinion Change. » **Journal of Abnormal and Social Psychology,** Vol. 48, 1953.

Kerlinger, Fred. **Foundation of Behavioral Research.** Holt : Rinehart and Winston, 1964.

Kiser, Charles V. and P.K. Whelpton « Resume of Indianopolis Study of Social Psychology Factors Affecting Fertility » **Population Studies,** Vol. 7, No. 2, 1953

Klapper, Joseph. « Mass Media and Persuasion » in Wilbur Schramm (ed.) **The Process and Effects of Mass Communication** University of Illinois Press, 1961.

Klapper, Joseph. **The Effects of Mass Communication.** New York. The Free Press. 1960.

Klapper, Joseph. « The Social Effects of Mass Communication » in Wilbur Schramm. **The Science of Human Communication.** New York, Basic Books, 1963.

Koehler, J. Wolfgang. « The Effects on Audience Opinion of One-Sided and Two Sided Speeches Supporting and Opposing a Proposition. » in Thoms Beisecher and Donn Parson **The Process of Social Influence.** New Jersey, Prentice Hall Inc., 1972.

Kroeber, Alfred Lewis. « Diffusionism » in Amital Etzioni, and Eva Etzioni, **Social Change.** New York, Basic Book Inc. (2nd ed.) 1973.

Kroeber, Alfred Lewis. **Anthropology.** New York : Harcourt, 1948.

Lasswell, Harold. « The Structure and Function of Communication in Society. » in Wilbur Schramm and Donald Roberts (eds.) **The Process and Effects of Mass Communication.** Urbana, University of Illinois Press, 1971.

Lazarsfeld, Paul; Bernard Berelson and Hazel Gaudet. **The Peoples Choice.** New York : Columbia University Press, 1948.

Lazarsfeld, Paul and Patricia Kendal. « The Communication Behavior of the Average American. » in Wilbur Schramm. **Mass Communication,** Urbana : University of Illinois Press, 1960.

Lerner, Daniel. « International Cooperation and Communication in National Development » in Daniel Lerner and Willbur Schramm (ed.) **Communication and Change in the Developing** Countries. Honolulu, East-West Center Press, 1972.

Lerner, Daniel. **The Passing of Traditional Society : Modernizing the Middle East.** New York : Free Press, 1958.

Lerner, Daniel. « Toward a Communication Theory of Modernization » in Lucien Pye. **Communication and Political Development.** Princeton : N.J. Princeton University Press, 1963.

Lerner, Daniel and Wilbur Schramm **Communication and Change in the Developing Countries.** Honolulu. The University Press of Hawai, 1972.

Lewin, Kurt. « Forces Behind Food Habits and Methods of Change. » **Bulletin of the National Research Council,** No. 108, 1943.

Lewin, Kurt, « Group Decision and Social Change » in Theodore New-

combandEugene Hartley (ed.)**Readingsin Social Psychology.** New York : Holt, Rinehart and Winston Inc. 1947.

Lewin, Kurt, « Group Dynamic and Social Change ». in Eleanor E. Maccoby **Readings in Social Psychology,** New York. Holt Rinehart and Winston Inc. 1957.

Lewin, Kurt. « Channels of Group Life » **Human Relations,** Vol. 1, 1947.

Lewis, Oscar « The Culture of Poverty » in John Te Paske and Sydney Nettleton Fisher (eds.) **Explosive Forces in Latin America.** Columbus, Ohio. The Ohio State University, 1964.

Lindblom, Charles. **The Intelligence of Democracy : Decision Making Through Mutual Adjustment.** New York : The Free Press, 1965.

Linton, Ralph. **The Study of Man,** New York, Appleton Century Crafts, 1936.

Lipset, Seymour Martin. **Political Man : The Social Bases of Politics.** New York, Doubleday, 1960.

Lipset, Seymour Martin ; Paul Lazarsfeld and Juan Linz « The Psychology of Voting. An Analysis of Political Behavior. » in Gardner Lindzey (ed.) **Handbook of Social Psychology,** Vol. 2, Cambridge, Mass. Addison Wesley, 1954.

Lucas, Darell and S.H. Britt. **Advertising Psychology and Research** New York, Mc Graw Hill, 1950.

Maccoby, Nathan. « The New Scientific Rhetoric » in Wilbur Schramm. **The Science of Human Communication** New York, Basic Books, 1963.

Maccoby, Eleonor « Why Do Children Watch T.V. ? **Public Opinion Quarterly,** XVIII, 1954.

Mac Iver, R.M. **Social Causation** New York : Ginn and Company, 1942.

Maclean, M. and B. Westley « A Conceptial Model for Communication Research. » **Journalism Quarterly,** 34, 1957.

Meleika, Louis Kamel. **Leadership and Authority in the Arab Local Community.** UNESCO, ASFEC Occasional Paper IV, Sirs el Layan, A.R.E., 1966.

Meleika, Louis Kamel and Salah Namek. **Peasants and Workers At-**

titudes to Family Planning. UNESCO, ASFEC Sirs el Layan. A.R.E. 1968.

Mason, Robert G. « The Use of Information Sources in the Process of Adoption. » **Rural Sociology,** 20, 1964.

Marx, Karl and Frederick Engels. **Manifesto of the Communist Party.** New York : International Publishers, 1932.

Marx, Karl and Frederick Engels, **Selected Works.** Vol. 1. New York : International Publisher, 1933.

Mc Clelland, David. » Business Drive and National Achievement » **Harvard Business Review,** XL, 1962.

Mc Clelland, David. « National Character and Econmic Growth in Turkey and Iran. » in Lucien Pye (ed) **Communication and Political Development.** Princeton, N.J. Princeton University Press, 1963.

Mc Clelland, David. « The Achieving Motive in Economic Growth » Bert Hoselitz and Wilbert E. Moore (eds.) **Industrialization and Society.** Paris, UNESCO, 1963.

Mc Clelland, David. **The Achieving Society.** Princeton, N.J. Van Nostrand, 1961.

Mc Guire, William. « Inducing Resistance to Persuasion: Some Contemporary Approaches. » in Leonard Berkowitz (eds.) **Advances in Experimental Social Psychology,** Vol. 1, New York, Academic Press, 1964.

Mc Luhan, Marshall. **Understanding Media : The Extension of Man** New York. Mc Graw Hill, 1966.

Mc Nelly, John, « Mass Communication and the Climate for Modernization in Latin America. » **Journal of International American Studies,** No. 8, 1966.

Mendelson, Harold. « Listening to Radio » in Lewis Dexter and David White, **People, Society and Mass Communication,** The Free Press of Glencoe, N.Y. 1964.

Menefee, Sheldon and Audrey Menefee. « An Experiment in Communication in Four Indian Villages ». **Indian Journal of Social Research** 6, 1963.

Merton, Robert. **Social Theory and Social Structure** New York The Free Press, 1957.

Millikan, Max and D.L.M. Blackmer **The Emerging Nations** Boston, Van Nostrand, 1961.

Mills, Judson and Arnold Ross. « Effects of Commitment and Certainty upon Interest in Supporting Information. » **Journal of Abnormal and Social Psychology,** Vol. 68, 1964.

Mills, Judson; Elliot Aronson and Hal Robinson. « Selective Exposure to Information. » **Journal of Abnormal and Social Psychology,** Vol. 59, 1959.

Moore, Wibert « Labour Attitudes towards Industrialization in Underdeveloped Countries. » **The American Economic Review.** XIV, No. 12, 1955.

Myrdal, Gunnar. **An American Dilemma,** New York, Harper and Brothers, 1944.

Neurath, Paul M. « Radio Farm Forum as a Tool of Change in an Indian Village. » **Economic Development and Cultural Change.** 10, 1963.

Ogburn, William. **Social Change.** New York, Viking Press, 1922

Oppenheim, A.N. **Questionnaire Design and Attitude Measurement.** New York. Basic Books Inc. 1966.

Oshima, Harry. « The Strategy of Selective Growth and the Role of Communication » in Daniel Lerner and Wilbur Schramm. **Communication and Change in Developing Countries.** Honolulu, The University Press of Hawai, 1972.

Owen, Wyn. « Agrarian Reform and Economic Development : Special Reference to Egypt. » **Rocky Mountain Social Science Journal,** 1964.

Palmore, James. « Awareness Sources and Stages in the Adoption of Specific Contraceptives » **Demography,** Vol. 5, 2, 1968.

Palmore, James. « The Chicago Snowball : A Study of the flow of Influence and Diffusion of Family Planning Information » in

Donald Bogue (ed.) **Sociological Contribution to Family Planning Research.** Chicago Illinois : Community and Family Planning Study Center, University of Chicago, 1967.

Pareto, Vilferdo. **The Mind and Society : A Treatise on General Sociology.** New York, Dover Publication Inc. 1935.

Park, Hyung Jong « Use and Relative Effectiveness of Various Channels of Communication in the Development of the Korean Family Planning Programme. » In ACAFE (eds.) **Reports of the Working Group on Communication Aspects of Family Planning Programmes, Selected Papers.** Bankok : ACAFE Asian Population Studies Series 3, 1968.

Park, Robert E. « Human Materials and the Marginal Man. » **American Journal of Sociology,** No. 33, 1928.

Parsons, Talcott. « Some Considerations on the Theory of Social Change. » **Rural Sociology,** XXVI, No. 3, 1963

Pool, Ethiel De Sola « Mass Media and Politics in the Modernizing Process. » Lucien Pye (eds.) **Communication and Political Development.** Princeton, N.J. Princeton University Press, 1963.

Powdermaker, Hortense. **Copper Town : Changing Africa.** New York, Harper and Row, 1962.

Pye, Lucien (ed.) **Communication and Political Development.** Princeton, N.J. Princeton University Press, 1963.

Pye, Lucien « Communication, Institution Building and the Reach of Authority » in Daniel Lerner and Wilbur Schramm. **Communication and Change in Developing Countries.** Honolulu, The University Press of Hawai, 1972.

Rahim, S.A. **Diffusion and Adoption of Agriculture Practice : A Study of Patterns of Communication Diffusion and Adoption of Improved Agricultural Practice in a Village in East Pakistan.** Comilla. Pakistan. Academy of Village Development, 1961.

Raina, B.L. et al. « India : A Study in Family Planning Communication : Meerut District ». **Studies in Family Planning.** No. 1 (21), 1967.

Rainwater, Lee. **And the Poor Get Children,** Chicago : Quadrangle Books, 1960.

Rainwater, Lee, **The Role of Information in Economic and Social Change : Report of Field Study in Two Indian Villages.** Minneapolis : University of M.ᵔnesota Press, 1966.

Rao, Lakshamana, **The Role of Information in Economic and Social Change,** Minneapolis, University of Minnesota Press, 1966.

Redfield,Robert, RelbtPeasant **Society and Culture·** Chicago : University of Chicago Press, 1956.

Reisman, David. **Faces in the Crowd : Individual Studies in Character and Politics.** New Haven Conn : Yale University Press, 1952.

Reis man, David. « Introduction » in Daniel Lerner. **The Passing of Traditional Society.** New York : The Free Press 1958.

Reisman, David et al. **The Lonely Crowd.** New York : Doubleday and Company, 1953.

Rifaat, Habib. **Three Village Projects,** A.R.E. Sirs el Layan, Cairo, ASFEC Occasional Papers III, 1965.

Riley, Matilda White and John Riley. « A Sociological Approach to Comminication Research » **Public Opinion Quarterly. XIV,** 1951.

Roberts, Beryl ; et a. « An Experimental Study of Two Approaches to Communication. » **American Journal of Public Health,** Vol. 53, No. 9, September 1963.

Rogers, Everett. **Communication Strategies for Family Planning.** New York, The Free Press, 1973.

Rogers, Everett. **Diffusion of Innovation,** New York : The Free Press of Glencoe, 1962.

Rogers, Everett, and Lynne Svenning. **Modernization Among Peasants.** New York : Holt. Rinehart and Winston Inc., 1969.

Rogers, Everett and George Beal, « The Importance of Personal Influence in the Adoption of Technical Change » **Social Forces : 36,** 1958.

Rogers, Everett and Floyd shoemaker, **Communication of Innovation - A Cross Cultural Approach.** New York Free Press, 1971.

Rogers, Everett and R.L. Pitzer. « The Adoption of Irrigation by Ohio

Farmers, » Wooster : **Ohio Agricultural Exp. Sta. Research Bulletin** 851, 1960.

Rokeach, Milton. **Beliefs. Attitudes and Values** : San Fransisco : Jossey Bass, 1968.

Rosen, Sidney « Post Decision Affinity for Incompatible Information » **Journal of Abbormal and Social Psychology,** Vol. 63, 1961.

Rostow, Walt. « The Take-off into Self Sustained Growth » **The Economic Journal** LXII, No. 261, 1956.

Roy, Prodipto; Frederick Wiasanen and Everette Rogers. **The Impact of Communication on Rural Development.** Hyderabad, India : National Institute of Community Development, UNESCO, 1969.

Ryan, Bryce and Neal Gross : « The diffusion of Hydrid Seeds in Two Iowa Communities ». **Rural Sociology.** Vol. 8 (March 1943).

Ryder, N.B. and C.F. Westoff. **Reproduction in the United** States, 1965. Princeton, N.J. · Princeton University Press, 1971.

Shahin, Teoder. « The Peasantry as a Political Factor ». **Sociological Review,** 14, 1966.

Schneider, Louis and Svenne Lysgaard. « The Deverred Gratification Pattern : A Preliminary Study. » **American Sociological Review,** No. 18, 1953.

Schramm, Willbur. **Annotated Bibliography of the Research on Programmed Instruction.** Washington, D.C. U.S. Office of Education, 1964.

Schramm, Wilbur. « Communication Development and the Development Process » in Lucien Pye. **Communication and Political Development.** Princeton, N.J. Princeton University Press, 1963.

Schramm, Wilbur, « Communication and Change » in Daniel Lerner and Wilbur Schramm. **Communication and Change in the Developing Countries.** Honolulu, The University Press of Hawai, 1972.

Schramm, Wilbur. **Mass Communication**. Urbana, University of Illinois Press, 1959.

Schramm, Wilbur « Mass Communication » in George Miller (ed.) **Psy-**

chology and Communication. Princeton New Jersey, Voice of America Forum Series, 1974.

Schramm, Wilbur. **Mass Media and National Development.** California, Stanford University Press, 1964.

Schramm, Wilbur. **Men, Messages and Media.** New York : Harper and Row Publishers, 1973.

Schramm, Wilbur, « **The Newer Educational Media in the United States in New Methods and Techniques in Education.** » Paris, UNESCO, 1962.

Schramm, Wilbur « What we know about Learning from Instructional Television » in **Educational Television: The Next Ten Years.** Stanford, Calif., Institute for Communication Research, 1962.

Schramm, Wilbur and Donald Roberts. **The Process and Effects of Mass Communication.** Urbana. University of Illinois Press, 1971.

Sears, David. « Biased Indoctrination and Selectivity of Exposure to New Information » **Sociometry.** Vol. 28, 1965.

Sears, David, and Jonathan Freedman. « Selective Exposure to Information : A Critical Review ». in Beisecker, Thomas and Donn Parson. **The Process of Social Influence**, New Jersey : Prentice Hall Inc., 1972.

Sears, David, » The Effects of Expected Familiarity with Arguments upon Changes and Selective Exposure. » **Journal of Personality and Social Psychology,** Vol. 2, 1965.

Shanon, Claude and Warren Weaver. **The Mathematical Theory of Communication,** Urbana University of Illinois Press, 1949.

Simon, Julian. **Basic Research Methods in Social Science : The Art of Emperical Investigation.** New York : Random House, 1969.

Simons, John. « The Contest and Evolution of Tunisian Agriculture Cooperatives ». **The Middle East Journal,** 24, 1970.

Slonin, Morris James. **Sampling.** New York : Simon and Schuster, 1960.

Smelser, Neil « Mechanism of Change and Adjustment of Changes » in Wilbert Moore and Bert Hoselitz (eds.) **The Impact of Industry.** Paris. International Social Science Community, 1975.

Spencer, Herbert. **Sociology**, New York : Appleton and Co. Vol. 1, 1892.

Spengler, Oswald **The Decline of the West**, New York : Alfred A. Knopf Inc. 1926.

Stewrat, Julian « Culture Evolution » **Scientific American** CXCIV No. 5, 1965.

Stycos, Mayone and Kurt Black, **The Control of Human Fertility in Jamaica**, Ithaca, New York : Cornell University Press, 1964.

Supreme Council for Population and Family Planning, **Family Planning in the National Organizations**, Cairo, 1973.

Tarroni, Evelina « A Programme on the Struggle against Illiteracy » **Television and Adult Education**, 6, 1962.

Thisthlethwaite, Donald; Henry De Haan, and Joseph Kamenetsky « The Effects of Directive and Non directive Communication Procedures and Attitudes » **Journal of Abnormal and Social Psychology**, Vol. 51, 1955.

Thomas, W.I. and Florian Zaniecki. **The Polish Peasant in Europe and America.** Chicago : University of Chicago Press, 1918.

Tietze, Christopher (ed.) **Bibliography of Fertility Control : 1950 — 1965.** New York : National Committee Maternal Health, 1965.

UNESCO. **Bridging the Gap.** Reports and Papers on Mass Communication. Delhi, 1968.

United Nations Statistical Yearbook, 1970 New York : United Nations 22nd Issue, 1971.

Walker, Helen and Joseph Lew, **Statistical Inference**, New York : Holt, Rinehart and Winston, 1953.

Walster, Elaine and Leon Festinger. « The effectiveness of Overheard Persuasive Communications » **Journal of Abnormal and Social Psychology.** Vol. 65, 1962.

Waples, Douglas; Bernard Berelson and Franklin Bradshaw. **What Reading Does to People.** Chicago : University of Chicago Press, 1940.

Weber, Max. » **The Theory of Social and Economic Organization.** Translatedby Tallcott Parsons, New York : Oxford University Press, 1947.

Weiss, Walter. « The Effect of Induced Aggressiveness on Opinion Change. » **Journal of Abnormal and Social Psychology.** Vol. 52, 1965.

Westoff, Charles; Potter Robert and Sagi Philip. **Family Growth in Metropolitan America.** Princeton, N.J. : Princeton University Press, 1961.

White, David « The Gatekeeper : A Case Study in the Selection of News » in Lewis Dexter and David White (eds.) **People. Society and Mass Communication,** London : The Free Press of Glencoe, 1964.

Wilkening, Eugene « Roles of Communicating Agents in Technological Change in Agriculture » **Social Forces** 34, 1956.

Wolf, Eric « Types of Latin American Peasantry : A Preliminary Discussion » **American Anthropologist** 57, 1955.

Wright, Charles. **Mass Communication : A Sociological Perspective,** New York : Random House, 1959.

Zein, Zeni. **Arab Turkish Relations and Emergence of Arab Nationalism.** Beirut : Khayat's 1958.

جـ - البحوث غير المنشورة :

Balakrishnan, T.R. and Ravi J. Mathai. « Evaluation of Family Planning Publicity Program in India»: Indian Institute of Management (mimeo report) 1966.

Beltran, Luis Ramiro, « La Problematica de la Communicacion para el Desarollo Rural en America Latina » paper presented at the Inter-American Association of Librarians and Agricultural Information Specialists, Buenos Airse, 1972.

Cassirer, Henry « Radio and Television in the Service of Information and Education in Developing Countries » paper presented for World Radio Handbook, 1963.

Douglas, Waples and Bernard Berelson. « Public Communication and Public Opinion » in Robert Leigh, The Conceptual Framework of Public Communication, (mimeo report) New York 1954.

Inkeles, Alex. « Becoming Modern » paper presented at Michigan State University, 1967.

Keddie Nikki. « The Impact of the West on Iranian Social History ». Ph. D. Dissertation, University of California at Berkeley, 1955.

Publisi, Maria Grazia, « The contribution of Italian Television to the Capaign to Eradicate Illiteracy through T. V. Broadcast, It's Never too Late » paper presented to UNESCO Experts Meeting on. New Methods and Techniques in Education, Paris 1962.

Wilder, Frank « Getting More out of the Mass Media : A Modern Guide for Modern Family Planning Programs. » Paper presented at the Conference on Family Planning and National Development at, Bandung, Indonesia, 1959.

Wright, Peter « The Impact of a Literacy Program in a Guatemala Landino Peasant Community ». University of South Florida, College of Education (mimeo report) 1967.

د - مراجع إضافية (طبعة ثالثة) :

★ مراجع عربية إضافية :

* محمد عودة ، العيادة فى قرية مصرية ، دراسة ميدانية فى احدى قرى محافظة المنوفية ، رسالة الماجستير ، كلية الآداب ، جامعة عين شمس ١٩٦٦ .

* عماد مختار الشافعى، دراسة تحليلية لبعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية لقادة الرأى المحليين فى الريف ، رسالة ماجستير كلية الزراعة، جامعة القاهرة . ١٩٧٣ .

* سمير محمد حسين ، بحوث الاعلام ، الاسس والمبادئ ، القاهرة دار الشعب١٩٧٦ .

* هيئة الأمم المتحدة – برنامج عمل المؤتمر الدولى للسكان والتنمية، ٥ – ١٣ سبتمر ١٩٤٤ ، القاهرة ١٩٩٤ .

★ مراجع أجنبية إضافية :

Atkins , C " Instrumental Utilities and Information Seeking "in Peter clark (ed) **New Models of Communication,** Beverly Hills : 1973.

Bauer , K,A., " The Obstinate Audience" . in Schramm and Roberts. 1971 op. cit.

Benaissa , M " The Media and Food Production", **Inter Media,** March 1975 .

Blumber, I. G and E. Katy . **The Uses of Mass Communication,** Beverly Hills Sage, 1974.

Combs, M. E. and D. H . Shaw , " The Agenda Setting Function of The Press" in D. H. Shaw and M. E. Comb's (ed.) The Emergence of **the American political Issues,** St. Paul, Minn ., 1977.

Davison, Philip', James Boylan and Frederick Y,u, **Mass Media Systems and Effecls,** New York : Praeger Publishers, Inc. 1976.

Davis, Sanders, and others, "Opinion Leadership and Family Planning " University of Florida , Department of Sociology, paper prepared for the Annual Meeting of the Population Association of America , New Orleans, 1973 .

Folsom , M. B. " Today's Health Needs and Tomorrow's Services" **American Journal of Public Health** , No 53, 1963 .

Gerbner , G. and L. Gross, " The Scary World of T.V. Heavy Viewing " , **P'sychology Today 11**, 1976.

Gillespie , Robert and Mehdi Loghmani **The Esphahan Communication Projects** , Iran : Asphahan Health Department . 1972 .

Hochbaum , Gadfrey , **Public Participation in Media Screening Programs : A Sociological Study** Washington D,C. : Public Health Service , 1958 .

Hill, Rueben and Others , **Needed Social Science Research in Family Planning,** New Delhi , Ford Foundation, Himeo Report.

Khan, Akter Hameed and Harvey Choldin, **A Commercial System for introducing Family Planning in Comilla** . Pakistan in Wilbur Schramm and Lerner, 1978 . op. cit.

Lui , William T., and Robert Duff " The Structural Effect and Communication Flow in the Pre - industrial City " Unpublished paper , Indiana : University of Notre - Dame, 1971.

Parker Mauldin and Robert Lapham , " National Family Planning Programs : Review and Evaluation " Studies in Family Planning., 1971.

Parker, Edwin and Ali Mohammadi , " National Development Support Communication " in Majid Teheranian et al, (ed) 1977.

Pachard , Vance , The Hidden Persuaders , New York : Pochet books , 1964 .

Platt , John and Tames Miller , **Handling Informatioon Overload** Ekistics , No. 28 , 1969.

Pool, Ithiel De Sola " Communicatyion Needs For Rural Development " Unpublished proposal For the M.I.T. / Cairo University Research Project , 1978.

Pool , Ithiel De Sola "The governance of Mass Communication " in Majid Teherenian et al, (ed) **Communication Policy For National Development** , Routledge and Kegan Paul , 1977,

Price , Derek De Sola , **Little Science , Big Science** , New York : Columbia University Press, 1963.

Maslow, Abraham, **Motivation and Personality** , New York: Harper and Row, 1954.

M.I.T. / Cairo University , " Technologial Planning Progamme . Annotated Bibliograph " Communication Needs For Rural Development Research Project , Report No 5.

Neelamenghan , A, and J. Tacotihan, **Egypt's National Information Policy** , paris : Unesco 1987.

Nas Cimento, " Using Communication to Support Development . The Guyan Experience " in I.I.C. Issues in Communication , No 1, London : I . I. C. 1977 .

Noelle - Neumann , Elizabeth , " Return of the Concept of Powerful Nass Media Studies of Broadcasting , 1973.

Noelle - Neumann , Elizabeth, **The Spiral of Silence** . Chicago : University of Chicago Press , 1983.

Oskamp, S. **Attitudes and Opininons** Englewood Cliffs , N.J., Prentice - Hall , 1977.

Rachty, Gehan , " the Role of Modern Communication Technology in rural Development" Unpubised Research for the MPT / CAIRO Univ. research project 1978.

Radel David , " Communication Research and Communicating Research ' paper presented at the **Conference on Major Issues in World Communication,** Honolulu . East - West center 1972

Talaat , Shahinaz , the Flow of Communication in an Egyptian Village . M. A. Thesis, American Univ. in Cairo.

UNESCO , " Communication Problems in Modern Society " Paris : Internal Commission for the Study of Communication Problems , Sep . 1978 .

Westley, B. H. " Review of the American Political Issues " , **Journalism Quaterly** 55, 1978 .

World Bank, **World Development Report** 1994 , Oxford University Press, N. Y. : 1994.

فهرس الموضوعات
المحتويات

الموضوع	الصفحة

الموضوع | الصفحة

الموضوع الصفحة

الباب الثاني

الموضوع	الصفحة

فهرس الجداول التحليلية

المحتويات

الموضوع	الصفحة

الموضوع	الصفحة

فهرس الاشكال التوضيحية

المحتويات